



No.90 2008. 4
株よかネット

NETWORK

直売所全盛の時代① ー福岡・佐賀直売所事情ー 2
 宮崎県住情報提供ホームページが完成しました
 ～みやざき住まいの安心情報バンク ゆとりネット～ 5
 年寄りと若者が協力して
 “思い出づくりセンター(株)”を作ろう 7
 太陽と水を有効に活用した暮らし
 サイエンスキャラバン (第6回) 報告 10

見・聞・食

街なかか賑わう佐賀の春の風物詩「佐賀城下ひなまつり」 11
 八女のかあちゃん味自慢大会
 「いもまんじゅうサミットin福岡」報告 13

近況

旨いものは旨い！ニュードライブイン八幡のホルモン焼き 14
 「このウリは国産です」の話 15

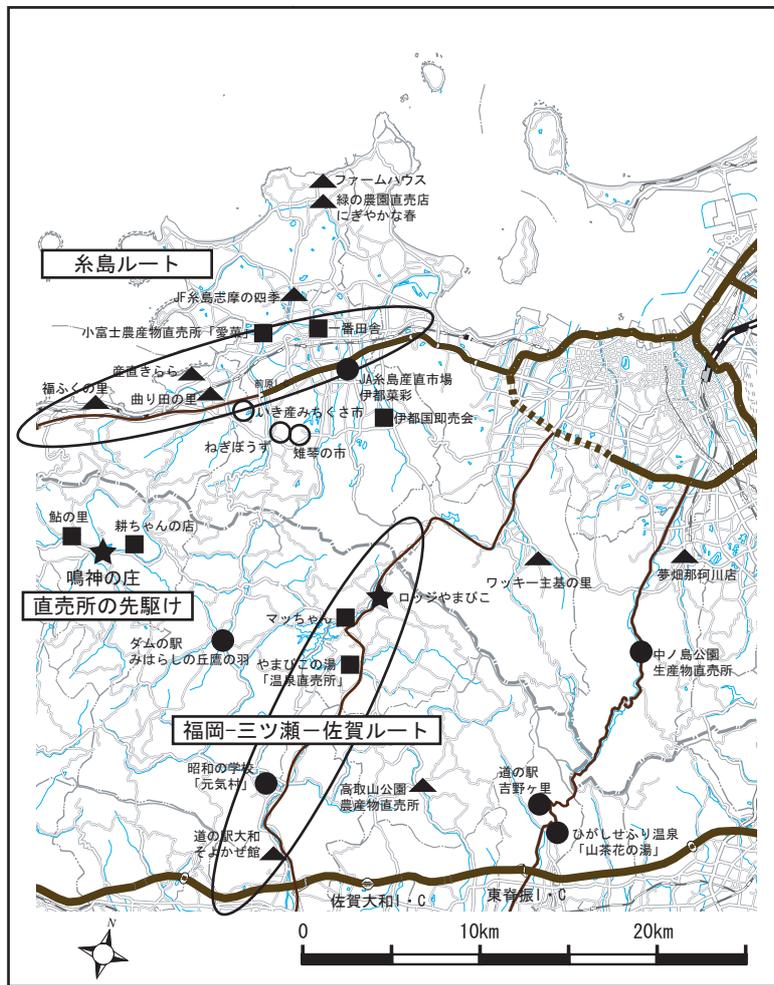
書評

食卓の向こう側コミック編1 15

お知らせ

第16回よかネットパーティのご案内 20

●幹線道路沿いに立ち並ぶ農産物直売所



生産者の顔がみえる、採れたての新鮮な野菜や魚を求めて‘直売所めぐり’が流行っているようです。

直売所の激戦区である福岡市の西、糸島地域から佐賀にかけてのエリアを対象に、主な農産物直売所（常設）の立地状況を調べてみました。

20年以上前からある農産物直売所は、七山の「鳴神の庄」など、山間部の農村に立地していますが、その後設置された直売所は、比較的まちに近い所や、福岡市や佐賀市からドライブのついでに立ち寄れる便利のよいところに立地しています。

農産物直売所の競争が激しくなる一方で、特色を出すことで相乗効果が期待できる「農産物直売所ルート」ができつつあるようです。

★	昭和63年以前に設置
■	平成元～9年に設置
▲	平成10～14年に設置
●	平成15年以降に設置
○	設置年不明

農産物直売所とは、生産者自らが生産した農林水産物や加工食品等を消費者に直販する施設（朝市・夕市、土日のみ営業除く）。有人で常設のものを整理した。設置年は、電話にて聞き取り調査をした。

直売所全盛の時代

福岡・佐賀直売所事情

原啓介

福岡・佐賀両県で大規模な直売所が続々とオープンしている

農林水産省によると、「直売所」とは「生産者が自ら生産した農産物や農産物加工品を生産者または生産者グループが、定期的に不特定の消費者に直接対面販売するために開設した場所又は施設。市区町村、農業協同組合等が開設した施設、道の駅に併設された施設を利用するもの、果実等の季節性が高い農産物を販売するため、限定して開設されたものも含む。ただし、無人販売所、移動販売及びインターネットによる販売は除く。」とある。

最近、福岡県、佐賀県など北部九州で、大型の農産物直売所が続々とオープンしている。昨年4月に前原市にJA糸島が経営する「伊都菜彩」がオープン、同時期に朝倉市に「三連水車の里あさくら」が開業した。さらに筑前町に「ファーマーズマーケット」（平成20年4月）、久留米市に「道の駅くるめ」（平成20年5月）が開業する予定である。この他佐賀市北部や宗像市、宮若市でも直売所の計画がある。これらの直売所の多くは、計画段階で数億円の売り上げを期待しており、それだけ増えて本当に大丈夫かな？という疑問も感じてしまう。しかし、伊都菜彩は年間12～13億円という目標に対して、すでに予想を上回る売り上げをあげている。三連水車の里にしても、同じ国道沿いの4kmしか離れていない場所に年間65万人が訪れる「道の駅原鶴」があるにも関わらず、当初

の目標どおり40万人の来客を達成しそうとのことで、今のところ需要はあるようだ。これらの直売所には、レストランを併設するなど、「市場に出せなかった農産物を安く売る」という一昔前の直売所のイメージから新たな形態に進化してきている。

全国的に見ても直売所は増加している。（財）都市農山漁村交流活性化機構が出しているデータによると、全国の常設・有人の直売所数は、平成14年に2,224店（推定売上約2,500億円）であったのが、平成17年では4,654件（推定売上4,500億円）と、約2倍に増加している。

この「直売所隆盛の時代」の中で、よかネットの事務所内でも、お客さんはどのような行動をしているのか、各店舗はどのような取り組みをしているのか、経営は成り立つのか、商品は確保できるのかなどといった直売所に関する話題が多くなってきている。私個人も毎日直売所で買った野菜を食べ、週末は福岡市西部～佐賀県北部の直売所巡りを楽しむなど、日常生活における直売所への依存が昔と比べてかなり高くなっている。今年、地域情報化の将来像を描く業務や観光計画の実行に関わったが、そこでも地域活性化のために直売所への期待は大きく、地域における直売所の重要性が高まっているようだ。そこで今回、福岡県西部、佐賀県の直売所の動向について調べてみることにした。

福岡県では、中小の直売所の淘汰が起きており、大規模化が進んでいる

福岡県では、農政部農業技術課石田さんにお話を伺った。

- ・直売所数は平成15年259件をピークに減少しており、平成18年で230件となっている。売り上げは、平成10年57億円だったのが、平成18年には200億円に増加している。
- ・売り上げが数億円の大規模な直売所が開業することで、周辺の直売所の淘汰が起きている。
- ・二丈町の「福ふくの里」は、地域づくりの活動を積極的に行っており、県内の直売所のモデルケースの一つ。露地栽培が多いので品不足にな



年間100万人以上の入込みのある人気の直売所

りやすいため、ハウス野菜確保のため、ハウス建設の補助を行っている（直売所がビニールハウス設置費用の3割を負担し、残りの7割を5年間で返済してもらう仕組み）。このほか、観光情報発信やイベント開催などの活動を行っている。

- ・西区小戸のマリノアシティで、県内の直売所や加工グループ34カ所が一堂に会し、特産品を持ち寄った「福岡県地域丸ごと産直市」を開催したところ、消費者と参加者の双方から好評であった。

佐賀県の直売所数は横ばいだが、生産者の高齢化が課題になっている

佐賀県では、生産振興部生産者支援課熊谷さん、石松さんにお話を伺った。

- ・佐賀県の直売所数は、平成13、14年の163件をピークに微減したが、その後やや持ち直し、平成18年度では157件となっている。個々の直売所の売り上げは、横ばいまたは増加している。
- ・直売所が減少した理由としては、複数の直売所が統合して一つの大型の直売所になるケースがある。また、最近の傾向として、農家・生産者の高齢化がますます進んでおり、消費者のニーズに対応した生産物が確保できないため、やむなく閉店するケースが出てきている。
- ・POSなど、情報機器を使った生産・出荷の管理については、生産者が高齢者が多いため、技術の習得が追いつかないという話を聞く。直売所の情報化は、全国の先進事例と比較してまだ進んでいない。
- ・消費者と生産者が作物について会話したり、農業体験をしたり、農業をベースにした直売所だからこその役割がある。また、直売所は地域の生産者同士が触れあう場、寄り合いの場になっている。
- ・唐津市七山村の「鳴神の庄」をはじめとした佐賀県の直売所は、福岡市内のスーパー内のインショップで商品を売っている。インショップは生産者にとってのアンテナショップの役割を担っており、そこで売れ行きの良い、核家族に対応した少ロット販売などの商品を直売所でも展開している。インショップと直売所は補完し合う役割になってきている。

福岡都市圏住民の日帰り観光・ドライブの目的地に直売所の利用客について、最も多いのは地元の人であり、地域の日常的な買い物場となってい

る。佐賀市北部の山間地にある直売所では、魚が一番最初に売り切れるそうだ。山で魚が？というイメージを持たれるかもしれないが、山あいに住む地元の人にとって魚を買うことができる場所はそう多くない。

また、福岡都市圏からの日帰り観光客も大きなターゲットとなっている。唐津市七山村の「鳴神の庄」、佐賀市大和町の「道の駅大和そよかぜ館」の利用客は、約5割が地元、3～4割が福岡都市圏からの客と言われている。所員の話では、特定の生産者の商品を指名買いしながら直売所を“はしご”する人もいるようだ。

また、背振山地の南北地域は海・山の自然に恵まれ、風光明媚なところで、絶好のドライブコースとなっている。伊都菜彩の「あまおうのソフトクリーム」や、道の駅大和そよかぜ館の「渋柿ソフト」など、女性が好きなスイーツや、牡蠣小屋、農家レストランなど、地域の食を楽しめる場も非常に充実している。これらを組み合わせながら、思い思いにドライブを楽しめるこの地域は、福岡都市圏住民の手軽な日帰り観光地として大きな役割を果たしている。

直売所の役割は多様化・多機能化している

各直売所の状況についてみると、大規模な直売所が増え、既存の直売所では、差別化を図るところも出ている。特に都市圏西部では伊都菜彩という巨大直売所ができた影響で、周辺の直売所は魚や加工品を充実させるなど独自色を打ち出しているようだ。

直売所における技術も刻々と進化しており、全国的にみると、直売所での野菜の売れ行きを携帯電話でリアルタイムで確認できる仕組みを導入しているところなどがある。しかし、福岡・佐賀両県の直売所ではまだそこまでの技術を導入しているところはないそうだ。また、食材の生産から消費までを追跡する“トレーサビリティ”についても、履歴を明らかにすることによる食材への付加価値と、導入コスト・手間を天秤にかけると、まだ導入に踏み切れないという話だった。そういう意味では、まだ今後の生産・流通のコストダウンや、履歴を表示することによる差別化など、技術革新の余地は多いのかもしれない。

また直売所には、観光情報や地域情報の発信、付加価値のある加工品・レストランの展開、体験農業の提供など、直売所に求められる役割・機能がますます多様化するとともに、利用者へのサー

ピスも一層充実してきている。一方で、大規模化・多角化したことの弊害として管理の目が行き届かなくなり、消費者の期待を裏切ることになるようなことがないよう、内部のルールづくりやモラルを遵守する必要性もより一層増すだろうと思う。

直売所は、生産者の収入面にとっても効果が大きい。農家が市場を通じて小売り店に200円の野菜を出すと、農家の手取りは50~60円となる。しかし、直売所で180円の野菜は、直売所の手数料(15~20%)を引いても、農家の手取りは約130~150円と2~3倍になる。収入以外にも、生産者が直接持ち込むために、消費者の喜ぶ顔が見えるなど、直売所に商品を出すことにメリットを感じる生産者もいるようだ。

安心・新鮮の他に、今後はどう地域に貢献しているかが問われるのでは？

直売所はもはや単なる「直売所」ではなく、「交流・集客の拠点施設」「まちづくりの核となる施設」として、グリーンツーリズムや特産品開発など、農村資源を活かした取り組みを展開していく核施設になっている。安全・安心・新鮮は最低条件であり、今後は直売所がどれだけ地域に貢献しているかが問われる時代になってくるのではない。

最後に、佐賀市大和町にある「農事組合法人そよかぜ館」の事例を紹介させて頂きたい。農事組合法人そよかぜ館は、「道の駅大和そよかぜ館」の運営を市から委託されており、ここを拠点として、地域農産物の生産販売の拡大や、ホテル、保育園、病院等への地場産農産物の供給、農業体験教室等による消費者との交流、耕作放棄地を活用した体験農園、農家民泊などグリーンツーリズムの取り組みを行っている。このような地域貢献活動に対して国も高く評価しており、先日組合は、「平成19年度地産地消優良活動表彰 農林水産省生産局長賞」を受賞した。道の駅大和そよかぜ館の活動は、直売所の地域交流・貢献の一つのモデルケースになるかもしれない。

(はら けいすけ)

コラム:旬を求めてドライブショッピングする人々

私の住む糸島は、スーパーや直売所のひしめく激戦区である。車を持たない私自身は、それほど行動範囲が広いわけではないが、それでもスーパーを4件ぐらい使い分けたりしている。

退職した両親も糸島に移り住んできたので、たまに直売所のことなどで情報交換したりするのだ

が、最近ではもっぱら私が情報をもらう側になってしまった。

「A直売所は、どこでも採れるものがすごく安い。人参なんかすごかったな。安すぎるもんだから、業者がトラックで買いに来てたよ」

「Bは、安いし品もいいんだけど、サイズや量が多すぎて、夫婦2人暮らしだと余っちゃう」

「サイズや量がちょうどいいのはCかな。梅やみかんもいいし、高地だから秋物がすごくよかった。でも春先はものがなくて寂しかった」

「Dはものは多いけど、土日は駐車場が満杯で買い物自体が大変。Eの方が空いているくらい」

「スーパーはFのお肉がいいよ」

などなど、話を聞いていると、糸島と佐賀の北部がまるごと直売所になったかのようである。年配の人達の新しいショッピングやレジャーのスタイルになりつつあるようだ。

車は、さながら買い物カートの代わりだが、車を使わない顧客の開拓や化石燃料の節約のためにも、直売所を周遊するバスネットワークがほしいところである。(ほんだ まさあき)

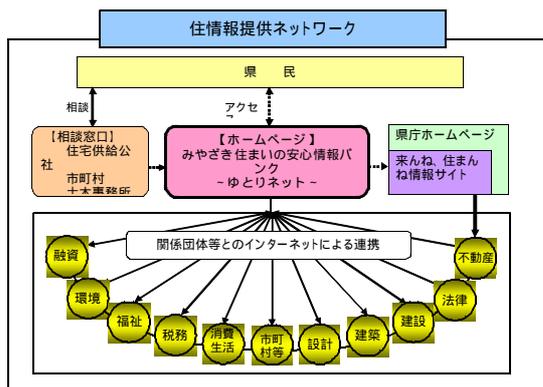
宮崎県住情報提供ホームページが完成しました。

~みやざき住まいの安心情報バンク
ゆとりネット~

山田 龍雄

一昨年からお手伝いしてきた宮崎県版の住情報提供ネットワークシステムが1月末に完成しました。住情報に興味がある方は、是非ホームページをご覧ください。(http://www.yutori-net.jp/)当事務所の仕事は、1年目に宮崎県民の住情報ニーズ調査から始まり、宮崎県独自の住情報提供ネットワークシステムの必要性、住情報提供の方法、構成や内容(コンテンツ)などを検討してきました。2年目の今年度は具体的なホームページのコンテンツづくりをホームページ制作会社と共同で制作しました。

このホームページの特徴は、民間の住宅関係の雑誌やカタログなど住情報が氾濫している中で、基礎的かつ公平な情報は県(県土整備部建築住宅課)が主体となって提供し、詳細な情報や個別の業者情報等は建築士会、建築設計事務所協会、宅



みやざき住まいの安心情報バンクの概念

地建物取引業協会などの関係団体とネットワーク化していることです。このホームページに消費者が満足されるかどうかは、関係団体の核となる機関や加盟している各企業がわかりやすく、充実したホームページを提供すること、そしてホームページを見た後の相談業務への対応にかかっています。

今回の業務を遂行していく中で「住情報」とはそもそも何なのか、消費者は何を求めているのか、良い住宅を作る又は選択するポイントは何なのか、これに付随する情報提供はいかにあるべきなど、考えたことを述べたいと思います。

家は3回作らないと満足したものができない

上記の言葉は、いつ誰が言い出したのかわかりませんが、昔から語り継がれてきた言葉です。この言葉を実践できるのは一部の資産家か、家づくりに非常にこだわりのある人しか実践できません。多くの人は3回以上家を住み替えることはあっても、住宅を3回も建て替えることはないと思います。そのため、一生に一度の家づくりをしようとする人は、相当、事前に自分が住む家のイメージ（今のライフスタイル、将来のライフスタイル、間取り、デザインのイメージなど）を明確にもち、事前に資金のこと、材料、設備のことなど様々な住宅に関することを知っておく必要があります。建築士や工務店さんなどの専門家に注文が出せるようになっていないといけません。しかし、日常の仕事や生活に追われていると、なかなか家づくりに全身全霊を傾けるわけにもいかず、多くの人が住宅メーカーや工務店あるいは建築士さんに、ある程度お任せ状態になるのもやむを得ません。

そこで、今回の宮崎県版の住情報は、マイホームを建てたい 賃貸住宅を探したいなど消費者のニーズ別のコーナーがあります。また 住宅性能、耐震性、バリアフリー、資金計画など、



ホームページのトップイメージ

住宅の性能や分野別のコーナーを設けており、住宅に関する基礎的な情報については、一通り入手できるようになっています。

非常に幅の広い消費者ニーズ

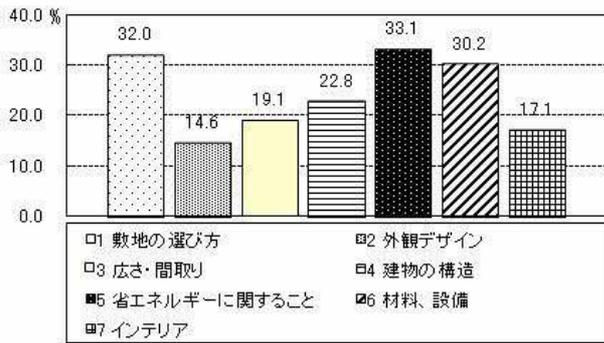
一昨年、宮崎市で催された住宅イベント来場者や郵送によるアンケート調査を実施しました。有効回答は約560票でした。これから言えることは、特に突出して高い項目はなく、幅広い情報を消費者は求めているということです。情報の中でも比較的高い項目としては「建物の構造」「省エネルギーに関すること」「敷地の選び方」「税金等に関すること」「トラブルに関する相談情報」などがあげられます。

また、「住情報の入手先に関すること」「業者に関すること」「災害時における空き家情報」も2番目に高い項目としてあげられています。

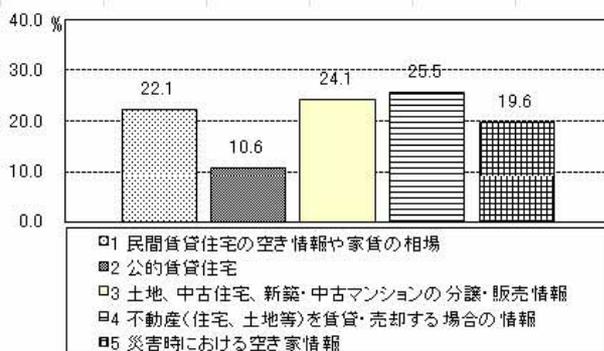
はじめて家を建てる人で、周りに建築士や工務店など家づくりに関係する人と縁がなければ、まずどこに相談すればよいかわかりません。そのため、手っ取り早く住宅のことがわかり、実物が見れる住宅展示場に向かうのだと思います。しかし、宮崎県内には常設の住宅展示場は宮崎市内に2箇所しかなく、また、依然、在来工法の家づくりが主流の地域でもあり、誰もが家づくりの情報を、もっと手軽に入手できるような環境を整えなくてはいけない地域だとも言えます。

図：知りたい情報(3つ選択)

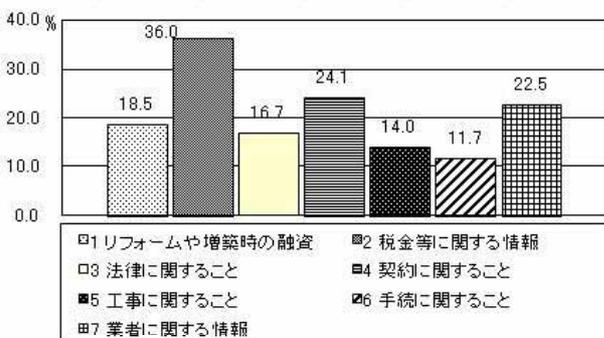
[住環境、デザイン、住宅性能に関すること]



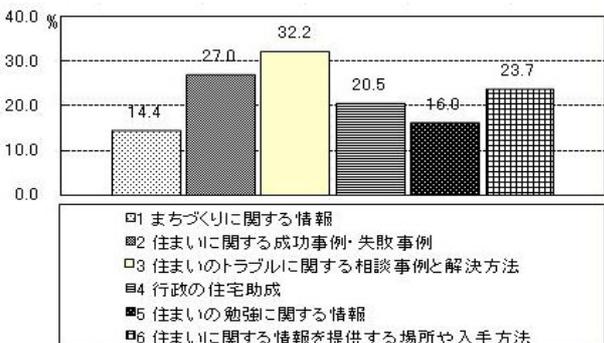
[不動産に関すること]



[契約、法律、工事に関すること]



[その他]



基本は消費者が勉強しないとイケないが...

この住情報の仕事を受けて、専門的な本以外で個人の家づくりの苦勞を記述した本を数冊読みました。リクルートから東京都の杉並区の校長先生に転身した藤原和博さんが自分の家づくりの過程を詳細に記述した「人生の教科書 家づくり(ちくま書房)」は非常に印象に残っています。兎に角にも藤原氏の家づくりへの執念みたいなもの感じるとともに、最初からこの本を書くことを考えて家づくりをしていたのではないかとも思います。特に工務店選びの奮闘ぶりを下に示していますが、普通の人にはなかなか真似のできないことです。

土地を選ぶのに、実際に歩き回って50坪程度の空き地を探し周り、直接土地のオーナーに電話して交渉する。

家を建ててもらおう会社を選ぶのに、工務店4社、住宅メーカー4社の計8社に簡単な間取りによる見積依頼をした。さらにこの中から2社を選び、新たに1社追加して、3社に詳細図面による見積依頼をする。

3社が建てた家を実際に見学し、居住者の意見を聞いて回った。

建築士と工務店がもめたとき一通の手紙を書き、両者の仲を取り持ったなど。

この本を読むと、藤原氏が家づくりに対して本当に勉強をされているのがわかります。これから家づくりをする方は、藤原氏の半分でもこだわりがあると、きっと納得できる家づくりができると思います。しかし、藤原氏みたいに徹底した“情報収集”と“勉強をする意志”と“こだわり”のある人であればよいのですが、一般の人はそこまないとはいけません。そこで、私なりに考えた家づくりのポイントを3つあげたいと思います。

住宅の間取りやデザインのイメージを固めること。

信頼できる建築士あるいは工務店(住宅メーカー)を探すこと。

資金の用途を立てること。

どれも当たり前のことですが、これだけを実践するにも相当の労力を費やします。以前、宮崎県の建築業協会の事務局長さんに話を伺ったとき「工務店との信頼関係を築いていないとトラブルがおきます。例えば、少し梁にヒビが入っていても、これは木材の乾燥の過程でおきるものであり、構造的には問題ないと説明しても、信頼関係がないと消費者は納得しないものです」「工務店さん

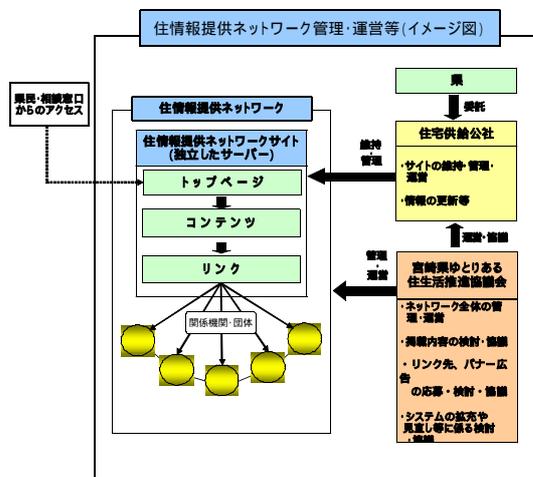
を選ぶときには、実際に工務店が手がけた住宅を見せていただき、居住者の意見も聞ければ本当に納得できます」というような、工務店選びのポイントを言われていました。

建築士選びや工務店選びのポイントについてもこの情報サイトに掲載していますので、参考としてください。

インターネット弱者への対応とサービスの充実化

この種の情報サイトは、国の外郭団体（財）住宅産業研修財団、地方公共団体であれば北海道、愛知県、横浜市などで実施されており、一般的な住宅の情報であれば、どこからでも入手できます。このネットワークシステムが宮崎県民にとって役立つものとなるには、前述したようにこのサイトを通じて、消費者の細やかなニーズを拾い上げ、関係する機関へつないであげることだと思えます。

将来、ほとんどの人がインターネットを利用するようになるとは思いますが、インターネットを利用できない人に対するサービスも考えておかないといけません。そこで、当初から、このようなインターネット弱者の人も想定し、市町村にある住宅相談の窓口の充実化を図ることが重要であることを県とも話し合っていました。具体的には、先ず、市町村の窓口担当者が、簡単な住宅相談については、「みやざき住まいの安心情報バンク～ゆとりネット～」から必要な情報を入手し、相談窓口に来た人に知らせてあげ、さらに詳細な情報を知りたいければ、関係団体のホームページから情報を入手し、知らせることができればと思っています。このような対応策を市町村や土木事務所の担当者への周知徹底を図っていくことが肝心です。



管理運営のイメージ

冒頭に述べたように消費者は、工務店や建築士の選定が大変であり、情報が不足しています。このため、建築士や工務店自体が自分の作品や会社のウリを知らせるような個々の企業情報が蓄積されていくと、より一層、この住情報提供の使い勝手の良さが増します。

みやざき住まいの安心情報バンクは、関連団体が加盟している宮崎県ゆとりある住生活推進協議会が運営協議を行い、県から委託を受けた県住宅供給公社が運営を行っていくこととなっており、今、産声をあげたばかりです。これから、1年間様子をみて改善すべきところは改善し、追加すべきところは追加し、年々使いやすいものとなることを期待します。（やまだ たつお）

年寄りと若者が協力して
"思い出づくりセンター(株)"を作ろう

糸乗 貞善

ジイサン・バアサンが明るい顔で笑う時

一月ほど前だったか、宅老所の老人たちが、自分の葬儀用の写真を撮ってもらう様子を写したテレビ番組をやっていた。

カメラマンがなかなか優れた人で、「よい笑顔を撮る」というコンセプトに徹していた。一人の人を撮るために、その老人の過去の思い出を、特に楽しかった思い出をゆったりした時間の中で聞き出して、よい顔になった瞬間にシャッターを切っていた。圧倒的におばあさんが多くて、女性はそれなりにリラックスの仕方がうまいので、のど自慢大会の風景のようなのもあった。一方、男性の場合は硬い表情がなかなか崩れない。すると、この優れたカメラマンは、二眼レフのカメラでシャッターを切りながら、老人の過去の思い出を聞き出しにかかる。「結婚はいつしたのですか」「プロポーズはしたの」「どんな返事だったのですか」などと会話が続けていく内に、ついにんまりした顔になる。その時シャッターを切る。

使っているカメラは二眼レフで、これだと話をしながら表情を見てシャッターが切れるのでよいが、一眼レフのようなカメラでは、ファインダーを覗かねばならぬので、「会話もできないし表情もつかみにくい」と言っていた。

「葬式の写真など縁起でもないし、絶対に撮らない」と言っていたおばあさんも、出来てきた皆

さんの写真の感じがいいし、みんなが楽しそうにしているので撮ってもらうことになり、できた自分の写真を喜んでた。

撮影は何回かに分けて行われたのだが、全部ができた時に、食堂で展覧会をしていた。原寸大ぐらいの、大笑いからにんまり笑いまでの写真が並んでいる様は壮観であるし、お互いの写真を見ながら楽しそうなジイサン・バアサンの様子は、テレビを通して見ていても微笑ましかった。

葬式写真づくりは心のリラクゼーションになっている私の父が無くなったのは30年以上前のことだが、半年ほどの寝たきりになっていた頃、郷里に帰って、負ぶったり抱いたりして風呂に入れたことがある。高校時代から心配をかけ、「この家から国賊を出す訳にはいかん」などと激しく叱られ、勘当されたりした昔を思い出していた。その当時、親父が伏せて病気になってしまった。「人間は、病は気からなどというが、本当に親父は病気になってしまったなあ」などとクールに感じていたことも思い出した。誠に申し訳ないことではあった。

何かモソモソと呼ぶ声が聞こえるので気をつけてみると、親父が私を呼んでいた。「葬式の写真を撮ってくれ」といっているのである。「分かった分かった」といって、ミノルタの一眼レフを持ってきて、寝たきりの親父の顔写真を何枚か撮った。どちらかというとなんか気むずかしい親父だったので、きまじめな顔を作ろうとしていたが、それでも随分くつろいだ、穏やかないい顔になった。写真もいい顔で撮れていた。

もう親父との間のわだかまりは、ずっと以前に解けてはいたのだが、これが仕上げのような気分であった。その二三ヶ月後に逝った。葬式写真はもちろんその時撮ったものである。

上記のテレビ番組を見ながら、このことを思い出していた。

今なら、デジカメやビデオもあるし、もっとインタビューもできる。11歳のときから19歳まで、親（私の祖父）が寝たきりで、戸主の役割をつとめたという親父のことも聞いておきたかったように思う。

今や、私が逝く年になってきている。

前記したように、私は高校時代から社会一般のルールを外れてオチコボれてしまった。従って自分で考える道を歩くしかなかった。とはいっても、私のこの性分では、自分で道を探して生きる以外の手だては無かったと思う。だから、「オチコボ

れても気にするな」ということを孫に言い残したいと思っている。

その気持ちを、ネットテレビ(docodemotv.jp)で「オチコボレでも人もうけはできる」というテーマにして、人もうけができた話をしている。結局人もうけ（多様なネットワーク）が出来れば、「そこそこに食べる」ということである。

ベンチャービジネスの原点は、とにかく一つ売れる商品を作ること

自分が買いたいものを作れば、最低でも一つは売れる。自分が買えばいいのである。

「思い出づくりセンター（株）」というのは、私が親父の葬式用の写真を撮った時の気分から出ている。またこの気分をベースにして「21世紀の先端産業論」も、1993年の「よかネット」に書いたことがある。その一部を、この文章の末尾に引用させてもらいたい。

現代は、ずいぶんと痴呆症（といっちはいけないう認知症といわねばならん）が増えているように思う。私の子供の頃にも、腰が曲がっているのに、毎日鍬を担いで畑に通っている年寄りがいた。かなり惚けていて会話はままたまなかったが、毎日自分の役割としての畑仕事があるので、徘徊したりして困らせることはなかった。

現代は役割を失い、思いが残ったまま体力と精神力のバランスが壊れているように思う。自分の役割を探すために徘徊するのではないかとも思う。そういう意味で、十分安心できるように話を聞いてあげたり、記録に残してあげたりすることが必要である。つまり、業が残りすぎているので、何かを探して動き回るのであろう。

私がビジネスモデルとして考えているのは、「一生の思い出玉手箱」であり「青春・老年・人生の墓標」である。今の社会は葬式に随分金をかけるが、本当に故人が望んでいることなのだろうかと思う。

近年葬式の形態が多様になってきているといわれているが、データによると、売上高も取扱件数も、経済成長率以上に増えている。葬儀業は年間売上高が三年間で14.2%、取扱件数が13.4%増えている。それにひきかえ結婚式業は売上高が11.0%、件数が9.7%減っている。また、葬儀業の1件あたりの売上高は、公式データでも1件あたり百万円以上になっている。香典も入るかも知れないし、生きていたに「思い出玉手箱」を作れないだろうか。半分をその費用に回せば、年忌の法

出典:平成17年特定サービス産業実態調査(経済産業省)

事の時などに思い出話のネタになる。もちろん、あんな業の強いジジイのことは、思い出したくもないという人は見なければいいのである。しかしジジイの方は聞いてもらえることによって、業が減るかも知れない。徘徊も減るかも知れない。

若者が年寄りの話を聞きサービスをすれば、若者の仕事づくりにもなる

葬儀業は、対象人口も増えていくし、成長産業である。パソコンオタクの若者と、全く苦手の年寄りの出会いが出来て、世代間の知的交流・知恵の受け継ぎが出来れば、若者・高齢世代の心の落ち着きに繋がるのではないかと思う。下記はどこでもテレビで話した時のメモである。

【青春の墓標、老年の墓標】

- 自分の青春、中年、老年の映像・記録を整理
- 現代の子供たちに、何を伝えるか
- 伝える仕組み
- 自分の墓をどうするか
- 株式会社 孫に残す墓標づくりセンター

以上が私のビジネスモデルである。見本として現在私のネット上の墓標を制作中だ。

またセレモニーとしても、死んでから葬式をやるのではなく、生きていた内に楽しい交流を残した方がいいと思う。それは業の解消にも繋がるだろう。生前葬という言葉があり、やっている人もあるが、何となく傲慢な気がして気に入らない。来て頂くのだから、旨い酒ぐらいは自分で用意すべきだ。という気分で私は、泡盛、芋焼酎、麦焼酎(百年の孤独)、マオタイ、スコッチウイスキー等々、2~30本用意している。結構楽しい「葬式」を、70歳の誕生日以降、五回ぐらいやってもらった。その都度私が蕎麦打ちもしている。気が向いたらどうぞお越し下さい。思い出づくりセンター(株)と一緒にやりたい方は糸乗まで。(itonori@mue.biglobe.ne.jp) (いとのり さだよし)

【九州の先端産業は地域福祉(よかネットNo.6より)】

21世紀の九州の基幹産業を占うために、次のことを考えてみたい。

何時の時代でも、多くの人々に喜ばれ、必要とされるのがベースとなってきている。

次の時代の社会構造を予測して、ニーズの母体を見つけることが、先端産業さがしのもとになる。

時代の流れを見つめて、動的な地域産業構造モデルで考えてみる。

地域の将来を考えるための新しい産業分類を考えて、の地域社会モデルと合わせて、地域の長所、短所、構造的課題などを見つけ出し、地域産業政策の方向を見つける。

上記の方向付けによって、九州の先端産業は、気候、風土、人柄を活かした広い意味の地域福祉産業であると思う。福祉といっても老人、身障者といった考えではなく、心の障害者、心の障害の予防をしたい人、ちょっと心にゆとりをもちたい人など対象を広く考える。また、それにかかわる製造業として、老人、身障者などのための生活環境や機器のみならず、広い範囲の人たちのための旅、遊び、健康回復施設など多様にわたると考えられる。

21世紀に最も喜ばれること

山本周五郎の書いた『しゃべりすぎる』という小説がある。二人の武士が出てくるのであるが、その一方はいつもニコニコしてほとんど口をきかず、極めつきの聞き手上手ということであるが、一方は無口の武士に対して「うん、貴公はしゃべりすぎるから」といいながらしゃべり続け、一段落すると「うん、いや、だまっておれ、貴公はしゃべりすぎるからな」といいながら、自分は切れ間なしに話を続ける、といった内容である。もちろんストーリーはあるわけだが、周五郎の言いたかった気持ちは、言葉を出さない雄弁とか、聞き上手の達弁といったことではなかったのかと思う。会話の原点は気持ちの通い合うことだという結論だったのではないかと思う。ミヒヤエル・エンデ作の『モモ』の場合も、彼女のもっている「すばらしい才能」は「相手の話を聞くこと」で、「彼女はただじっと座って注意深く聞いているだけ」で、その大きな黒い目は、相手をじっと見つめているだけなのだが、相手は希望と明るさがわき、勇気がでてくるということになる。結局これは会話というものは気持ちの充実が大切で、音を出す、声を出すという形式ではないということの主張であると思う。

本論にもどすと、21世紀に最も喜ばれる仕事というのは「会って話し相手になってあげる」ということになるのではないのかと思う。話をしてもらうことを録音してあるテープで代用することや、聞いてもらうためにテープを置いてそれを相手ににしゃべれと言っても、テープレコーダーは心を持ってないし、相づちを打つてくれないし、気持ちの表現もしない。留守番電話に、思いを込めて話し込むということができないのと同じである。

21世紀に喜ばれそうなことを、さらにあげてみると「電話をかけて話し相手になること」「手紙をあげること」「心のかもった土産をあげること」などが浮かぶ。親しい人と一緒に、仕事のために小さな街へ行った時のことであるが、その人が急に駅前の菓子店(その土地で有名な)へ入って宅急便で送っていたので不思議に思って聞いてみた。「いや、私の道楽でしてね。家の近くに少年施設があるので菓子を送る事にしているのですよ。たまに八ガキで礼状が来て『子供は甘いのが好きなのですが、そういうものを買ってやる事ができないので、助かっております』などと書いてあると嬉しいんですよ」という話であった。ボランティアは、結局自分のためにやるのだということを実に示す例だと思う。つまり「自分のためでありながら、他人に一寸抑制のきいたお節介が出来る」というところである。(以降省略)

(いとのり さだよし)

太陽と水を有効に活用した暮らし

サイエンスキャラバン（第6回）報告

本田 正明

2月22日に二丈町で、糸島地域と九州大学の連携プロジェクトである第6回サイエンスキャラバンを開催しました。

今回のテーマは「太陽光と水」。二丈町役場の隣にある二丈中学校には、太陽光発電施設が導入されていること、またラドン温泉が有名で、福岡市方面でも人気が高いことなどから、このテーマが選ばれました。

最初は、太陽光発電の研究をされている白谷先生に「太陽光発電はエネルギー・環境問題の救世主になれるか？」というテーマで話をさせていただきました。

私自身はこれまで太陽光発電に対して、“パネルを作るまでにエネルギーがかかる割に、得られるエネルギーが少ないのでは”という懐疑的な見方をしていました。しかし、10～20年とも言われる太陽光発電の寿命は、パネルを囲む金属の腐食や交流への変換器が決められているのであって、パネル自体はリサイクルが可能で半永久的に使え、エネルギーの収支はよいことを初めて知りました。今課題なのは、コストをいかに抑え、生産スピードを早めるかという製造面が大きいようです。

九州は、半導体産業の集積が進んでいるので、半導体を使う太陽光発電のビジネスは今後の九州の産業の柱になるのではないかと、という先生の思いも語っていただきました。

次に地熱熱水などの研究をされている藤光先生に「活火山がないのに温泉があるのはなぜ？」というテーマで話をさせていただきました。

温泉の定義は、地中から湧出する際の温度が25度以上か、1kg中にガス性のものを除く溶存物質を1000mg以上を含有しているものなので、単純放射能冷鉱泉である二丈町の「きららの湯」は、

に当てはまります。地質的には花崗岩類が多い地層なので、花崗岩に含まれるラドンなどの放射性元素が水に溶け出しているようです。同じ花崗岩の地盤である福岡市井尻の温泉の事例では、花崗岩層の他に砂岩層があり、断層が存在しているところに温泉があるそうです。二丈町の場合も同様のケースが考えられるのではないかと話で



先生の話に聞き入る参加者たち

した。

伊都キャンパスへの移転で、糸島地域でも調査を始めているそうで、新たな温泉が見つかるかもしれないという期待を抱かせてもらいました。

今回のキャラバンでは、工学部の先生を中心にエネルギーをテーマとした内容だったので、農家の参加が多かった昨年と比べて、参加者の様相がだいぶ異なっていました。初めての参加者も多く、企業からの参加も見られました。

サイエンスキャラバンでは、大学の先生と企業との橋渡しまではなかなか行えていませんが、糸島地域の新しい産業づくりに向けて、次のステップを考える必要性を感じた次第です。

（ほんだ まさあき）

街なか賑わう佐賀の春の風物詩

「佐賀城下ひなまつり」

原 啓介

佐賀に春の訪れを告げるイベント「佐賀城下ひなまつり」に今年も行ってきた。今年の目的は、新しい観光キャラクターの「俵マイちゃん」を見に行くことと、おにぎりカフェでの食事。

新しい佐賀観光のキャラクター「マイちゃん」

マイちゃんは、ソフトボールが得意で、男子顔負けの元気な小学校5年生の女の子。トレーニングのしすぎで太くなりすぎた太ももが悩み。

このキャラクターは、佐賀市の観光振興戦略プラン策定委員である金子美代子さんがコンセプトや物語、デザイン等のコーディネートをを行い、約1年間かけて作成したもの。デザインは、昨年夏の甲子園における劇的な優勝が記憶に新しい佐賀北高校の生徒が原案をつくり、佐賀市の元気さ、明るさを伝えていくキャラクターとして作成され

た。ひなまつりのメイン会場の一つでもある旧古賀銀行の一角に佐賀市在住の人形作家の樋口美千代先生が製作した人形を設置し、晴れてお披露目となった。人形にすると、絵とはまたひと味違った柔らかさや素朴さが前面に出て、さらに親しみやすくなったように感じる。

和の雰囲気がある街なみには和の小物がよく似合う

古賀銀行の道路を挟んだ反対側の馬場家では、「和の暮らし展」が開かれていた。ここでは、佐賀の伝統工芸「名尾和紙」を使ったランプシェードや、着物や和紙を利用したエコバッグなど、和のテイストにあふれる商品が展示・販売されている。既存の地域資源を組み合わせることで付加価値を創り出し、ローコストで取り組みやすい商品開発を実現している。

地元の"おばちゃん"がつくった、地域自慢の食を楽しむ

昼食はおにぎりカフェへ。おにぎりカフェは、ひなまつり期間中の土日・祝日限定で開催され、各地域のこだわりの食材を使い、地元の主婦や生産者が作った料理が週替わりで提供されている。この日は、大和・松梅地区の料理をいただいた。メニューは地元の松梅米や古代米を使ったおにぎりに、特産の刺身コンニャク、里芋コロッケなど。地元の加工グループの方が作っているのだが、使われている素材の味がしっかりとして美味い。箸置きには生花が使われてあったり、普段から料理を提供しているお店のような盛りつけだった。

おにぎりカフェは、生産者が消費者に直接おもてなしをする研修の場、消費者が合併した佐賀市内各地の食や人を知る場という役割がある。この日行ったときはお客さんが10組以上待っており、評判も上々のようだった。

佐賀城下ひなまつりは、市の観光戦略の実験の場でもある

佐賀市の観光プランは、平成19～21年の3年間の観光計画である。プランに関わった委員の方が、キャラクター作成のコーディネートや、和の商品開発のアイデア出しを行った。おにぎりカフェも、策定委員の方々が地元の主婦や生産者の人たちに参加を呼びかけて展開している。プランの狙いを見据え、実現性の高い計画になっている。

大量分散型と、街なか一体型のひなまつり

今年は、人吉球磨のひなまつりにも行った。この地域でひなまつりが始まったきっかけは、専徳



中央がマイちゃん。左は同級生のみちる君。右はおじいちゃん徳治さん。



軒先にも和の小物が展示されている。



佐賀錦の実演。製作過程は、非常に細やかな作業である。

寺の住職が娘のために集めたお雛様を近所の人に公開し始めたことである。見に来たお客さんの喜ぶ顔を見るのが嬉しくて、以来40年間集めつづけた結果、今ではその数3000体にのぼるといふ。そのいきさつは、会場内で住職の奥様が話してくれた。

お寺の近所には、地元の人が地域の農産物を持ち寄った仮設店舗も出ていて、一人の住職の娘に対する思いが地域に活気を創り出しているという感じがした。

一方、神城文化の森は、全国各地のお雛様や和



お米自体が甘くて美味しい。



佐賀城下ひなまつり会場である、旧長崎街道沿いの風景。



丸ぼうろをほおぼる子ども達。

人形を4階建ての天守閣に設置するという、「お雛様のテーマパーク」といった様相だった。専徳寺や神城文化の森など、一つ一つのスポットに相当数のお雛様が飾ってある。

鍛冶屋町なども見に行ったが、人吉球磨のひなまつりは、各会場どうしが車で約10分ほどの距離があるため、歩いて見て回るのは難しく、街の盛り上がりは佐賀の方が盛り上がっているように感じた。

佐賀城下ひなまつりは、長崎街道周辺を中心としたエリア（直径約1kmの範囲）が会場となっており、歩いて回るのに丁度いい。会場周辺の商店

の店先や民家の軒先にぼんぼりを飾ったり、のぼりが立っている。各戸では自慢のお雛様を思い思いのスタイルで飾り、足を休めるベンチを設置してお茶を出したり、ワゴンを出してモノを売ったりしている。街を歩くと、地域の人達自身がひなまつりを楽しんでいる雰囲気を感じられる。高齢のボランティアガイドの方々が歩きながら観光客に説明している姿、焼きたてのお菓子をほおぼる子供たち、着物を着て歩く若者など、地元の人と観光客が混然としながら、全員がこの季節のイベントを楽しんでいる。その結果、ひなまつり会場周辺の街なか全体から賑わいや活気を感じられる。

この時期、九州各地ではひなまつりが開催され、華やいだ雰囲気が広がる。ひなまつり発祥の地と言われる日田は今年で24回目、人吉球磨は11回目、佐賀城下ひなまつりは8回目の開催で、ひなまつりが九州における初春の風物詩となっている。先日、ある方から「この時期、東北は雪で埋もれていることを考えれば、ひなまつりは九州の強みを活かしたイベントだ」という話を聞いた。

各地域のひなまつりは、お雛様自体の違いもあるが、演出の仕方や地域参加の方法など、地域によって少しずつ違いがある。また、各地のひなまつりでも、毎年少しずつ違った企画や商品を提供していくために、地元の方々の努力や思いは、端で見ていて相当なものだと感じる。来年は各地のひなまつりの違いや、毎年の変化を見つけながら、ひなまつりを目や口など五感で楽しんでみてはいかがだろうか。（はら けいすけ）

八女のかあちゃん味自慢大会

「いもまんじゅうサイミットin 福岡」報告
雪丸 久徳

2月9日（土）に「いもまんじゅうサイミットin福岡」が警固神社神徳殿（例年よかネットパーティーを行っている会場）で行われた。2年前からお手伝いしている八女の地域提案型雇用創造促進事業（通称パッケージ事業）の研修の一環として、八女市地産地消拡大促進協議会の主催で行われた。

そもそも、いもまんじゅうって何なのかというと、簡単に言えば、さといもとかじゃがいものまんじゅうのこと。しかし、地域や家庭、作る人によって、いものまわりを皮で包んだり包まなかったり、味付けが醤油だったり塩だったり、

それぞれのこだわりがある。歴史的なうんちくもある。柳川藩や立花藩にはなかったけど、久留米藩には一部の地域ではあったとか、なかったとか…。

昔から、お腹にたまるおやつとして、今でも八女のかあちゃんたちは、その味を受け継いでつくっている。きっと、いもまんじゅうが大の好物なんだろう。

今回のイベントは、そんなこだわり大好きいもまんじゅうを天神に持ってきて、お客さんにPRして、買って食べて貰うという、そういうイベント。自分たちが作ってきたいもまんじゅう・郷土料理に対するお客さんの反応を知ること、自分で作ってきた郷土料理をお客さんに説明したり、食べてもらって意見を聞いたりする、消費者と対話するいい機会であり、マーケティングや販売体験をする意味あるイベントだ。

私は、食の事件が相次ぎ、食の安全安心への関心が高まっている今、どういった反応があるか、楽しみにしていた。

準備はたんたん進む

私たちスタッフは、九時から会場設営に入った。テーブルの設置に始まり、当日販売する一口試食プレートの準備や、うんちくパネルの設置、八女の器とまんじゅうの展示、その他にも八女茶の試飲コーナー、農産物加工品の販売準備などの準備をした。

会場の机が並んだところで、八女のかあちゃんグループが40名ほどが到着。そこから一気にあわただしくなった。全体の指揮官は、八女市の荒川さん。声を張り上げて、かあちゃんたちやスタッフを動かしていた。

かあちゃんグループのうち2グループは、前日に、このサミットPRのため、NHKの「福岡トクテレ」に生出演していた。その時のPRがまた最高で、番組を見られた方の多くが、当日足を運んだのではないかと思う。元気いっぱい、いい雰囲気であった。TV出演したかあちゃんたちは、それが終わってから、一度八女まで帰って、朝3時、4時に起きて仕込みをして、出てきたとのことだ。大変疲れているだろうと思ったが、準備の時からそれを感じさせないほど、かあちゃんたちは元気であった。

皿に並んでいるまんじゅうを見ただけでは、ただのまんじゅうでしかないが、見えない部分で随分手間暇がかかっている。食のもてなしは、そう

いう見えないところでの準備がたくさんある。美味しい、まずいだけでなく、素朴な味だけれども、そこを感じて食べると、ありがたみも一段と増す。

試食プレートの盛りつけ時には、本イベントをプロデュースされた、ふるさと料理人の藤清光さんや、食生活文化研究所の中山美鈴さんが、綺麗にそして美味しそうに盛りつけるコツやお客様との接し方などをアドバイスしていた。時間はあっという間に過ぎ、昼食の間もなく、オープン時刻の12時前となった。

怒濤の1時間半。あまりの客の多さに慌てた

前日夕方の宣伝効果があり、オープン前から入口には行列ができていた。雪がちらつく寒い朝だったので、玄関ホールには人がいっぱい。

そしてオープン。お客さんが一気に押し寄せたため、廊下に設けた農産物加工品販売コーナーで大渋滞が起こり、身動きがとれないような状態に…。しばらくして、ようやく少しづつ流れ始めた。

会場の大広間は、試食用プレートを持ったお客さんが、まんじゅうを並べたテーブルに沿って順にまわっていき、一品一品かあちゃん達の味自慢を聞きながら器に盛ってもらう。そんな流れの中、私はその一番最後に、持ち帰り用のビニール風呂敷に包むという係の担当だった。しかし、ビニール風呂敷というのがなかなか手間のかかるくせ者で、途中、応援を頼むことになった。それでも休む暇などなく、気が付くと既に1時間半が経ち、試食プレートもほとんど売れてしまった。

ここで、試食プレートの中味について簡単に説明すると、今回は八女地域の10のかあちゃんグループがいもまんじゅうや郷土料理を準備してきて、下のような内容であった。

べんがら村手づくりクラブ

じゃがいも饅頭(砂糖醤油味)、がめ煮

笹原茶の実+ すずらんグループ

じゃがいも饅頭(塩味)、甘辛ゴボウ、こんにゃく煮付け等

藤グループ

ふな焼きだご(たかな巻)

星野清流

さといも饅頭、ふなやき(青しそ)、しいたけ丸ごと煮

白鳥会

さといも饅頭、団子汁

カウBELL

みるくまんじゅう



元気いっぱいの子供のかあちゃん。一口プレートの準備



一口プレートの準備



いもまんじゅんについて語る

- かぼちゃ会
- ほうれん草のごま和え、鬼の手こぼし
- ほたる会
- ほたる揚げ
- 和気愛合グループ
- 中華ちまき

紙面では、色などの感じを伝えるのは難しいが、彩りもとても綺麗であった。興味があるかたは、八女市地産地消拡大促進協議会のホームページからご覧になれますので、見ていただきたい。
(http://www.yamep.net/tsk/02torikumi/080209imoman/080209imoman_g.html)

あまりの客の多さに、終了予定の15時よりもだいぶ早く、用意していた試食用プレート(300セット)や、農産物加工品の販売コーナーの品物が完売した。よかネットパーティ以上に凄まじく忙しい2時間であった。

イベントを終えて

お客さんの層はというと、年配の女性の方が7、8割と多く、あとの2割は、福岡市に住んでいる親戚や知人、子連れ家族といった感じであった。若い方がもう少し来るかなと思ったが意外と少なかった。今回なによりも、前日のテレビでの宣伝広告効果が大きく、それを見たおばちゃんたちの数が多かったと思う。メディアの力は凄いなあとあらためて感じた。

せっかくなら、もう少し、八女のかあちゃんたちとゆっくり話しながら、味わうといった雰囲気の中でやれたら、もっとよかったかもしれない。

八女に限った話ではないが、かあちゃんたちが受け継いできた伝統の料理や味付けは、今の若い私たちの世代にはあまり受け継がれていない。地域の伝統の料理や味付けは、かあちゃんたちの次の世代が受け継がなければ途絶えて無くなってしまふ。手遅れになる前に、地域の伝統の食をどう受け継いでいくか、目を向け、考える時にきている気がした。
(ゆきまる ひさのり)

近況

旨いものは旨い!

ニュードライブイン八幡のホルモン焼き

1月末ごろ、直方市の仕事で現地調査をする機会があり、事務所の所員2名、アルバイト1名を引き連れているし、折角だから昼は直方市の美味しいものを食べようと思った。そこで、2年前まで当社の社員であり、今は直方市在住の伊藤君を呼び出し、「どこか美味しい店がないか」ということで、このお店を案内していただいた。車で直方駅から国道200号を八幡西区方面に向かって走り、八幡西区に入って数分ぐらいのところその店があった。名前から想像すると鉄筋コンクリートのおしゃれなレストランといったイメージがあるが、木造の居酒屋風の食堂であった。

お店に入って少し傾いた座敷に座り、伊藤君を入れて5人いたので「ホルモン焼き5人分」と注文すると「5人分は多いよ。4人分にしよう。ちょうどいいから」と言われ、素直に4人前を注



大きな鉄板に大盛りで出来たホルモン焼きを5人で突きあって食べる。

文。しばらくして出てきたものを見て感動。

40cm x 60cmほどの大きな鉄板に大盛りでホルモン炒めと焼きうどんとの合体したものが出てきた。

これはまさしく「筑豊のホルモン料理、トンちゃん」と小倉名物の「うどん焼き」の合わせ技の料理と思った。ちなみに「トンちゃん」とは、小生が小学校の頃から食べていた筑豊のホルモン料理で、ホルモンと野菜を醤油ベースで炒めるものであり、もつ鍋みたいに出汁で煮るものとは違う。

この店の味付けは焼き肉風のタレベースではないかと思うが、濃からず薄からず非常にご飯に合い、ホルモンも脂身があって美味しかった。現地調査で全員お腹が空いていたので3人前を追加すると、今度はチャンポン焼きに変わっていた。

1ヶ月後、また5人で訪れ、「ホルモン焼き5人前」と注文すると、また同じく「5人分は多いよ。4人分にしときい。ちょうどいいから」と言われた。今度は、4人前で充分お腹一杯になり、満足した。あとみそ汁とご飯を頼んで、値段は1人あたり850円程度と納得のいくものであった。

(山田 龍雄)

「ここのウリは国産です」の話

2月末、仕事も一段落付いたところで所員2名と一緒に飲みに行った。

最近、中洲の大通りの入口、地下鉄入口のあるビルの改修に伴い「中洲屋台横丁」という居酒屋が1階に入店したので、ここで一杯飲んで帰ろうということになった。この居酒屋は、ワンフロアの中にラーメンコーナー、焼き鳥コーナー、もつ鍋・水炊きコーナー、焼酎蔵、餃子コーナーなど、それぞれ厨房が分かれており、メニュー、焼酎の種類も豊富なお店であった。このお店で、最後に勘定を支払うとき、近くに餃子コーナーがあった。私は、5年前ほど前にハルピン出身の中国

の人から餃子づくりを習って以来、我が家の餃子は、皮から作る手作り餃子が定番となっている。少々、餃子には“こだわり”があるので、餃子コーナーの人に「ここの餃子のウリは何ですか」と聞いてみた。こちらとしては「具材や皮などの特徴」を聞きたかったのだが、予想もしない答えが返ってきた。何と中国人らしき発音の日本語で「ここの食材はすべて国産です」と答えるではないか。中国冷凍餃子事件の影響が、こんなところにも少なからず出てきていることを驚くとともに、おかしさを感じた次第である。(山田 龍雄)



食卓の向こう側
コミック編1

作画・戸魚おさむ
原作・佐藤弘 /
渡辺美穂

「これぜひ読んで」といただいた本は、2003年11月に西日本新聞に連載が開始された「食卓の向こう側」のコミック編でした。この連載は新聞社ブックレットシリーズで10冊が出ており、累計50万部を突破、関連する玄米のレシピ集や食育に関する本も次々と出ています。また、シンポジウムや講演会も熱心に開催されています。

私も連載記事を読んだり、シンポジウムなどで生のお話を聞き、日常の食について考えもなかったのに、食が体の健康だけでなく精神面にも関わることを教えてもらった一人です。私自身の食生活を見直すきっかけをもらいました。

コミック編はこの連載のエッセンスがギュッと凝縮されていてなかなか身につまされる構成です。

漫画ですので、読みやすく、わかりやすく、さらに解説編、半歩先の取り組みとして野菜を簡

もくじ
第一話 うんこ
第二話 青春期内科
第三話 乳と血
第四話 火星人
第五話 いのち
解説編 半歩先レシピ

単に食べられるレシピ集が入っており、興味に応じて読み進められます。標準語でなく博多弁で語られるので、「他人事ではない」とより身近に感じられるのかもしれませんが。また、フィクションという設定ではありますが、連載記事が時事ネタに押されてなかなか掲載されない状況や取材に行った保育園の1歳児のおやつが“こんぶといりこ”だったと記者さんがおやつにポリポリ食べる様子など、取材する側のエピソードも盛り込まれています。

「これためになるよ」と家族に勧めたところ、読み始めてすぐに「わ～これあなたそのものやん!」と言われてしまいました。自分ではだいぶ食を意識するようになったと思っていましたが、

まだまだのようです。早速、離れて暮らす兄弟にも贈りました（一人暮らしをして1年超えるのに炊飯器はあるが一度も使ってないようです・・・）。

「一番読んで欲しい人になかなか情報が届かない」行政の方からよく伺うため息です。作画の魚戸おさむさんは「きっと、一番訴えなければならぬのは、新聞も本も読まない層。漫画なら、彼らも読んでくれる」と自ら名乗り出られたそうです。食欲をそそるような、温かい食卓をイメージするような、危ないと警告してくれているような、真っ黄色の表紙のコミックです。春からの新しい生活に向けて、一人暮らしをする人に進学・就職の贈り物にいかがでしょうか。（愛甲 美帆）

第16回 よかネットパーティーのご案内

“よかネタ・よか味（あじ）”でつながる、よかネットパーティーを開催します。皆様の日頃の活動のお話・よかネタや、おすすめの一品・よか味を持ち寄って、楽しい“ひともうけ交流”ができればと思っています。皆様のご参加をお待ちしております。

日時：平成20年5月31日（土）13:00～15:30
 場所：警固神社境内 神徳殿

会場の都合上、調理・盛りつけスペースを確保できませんので、「おすすめの品」がある方は、盛りつけ済みの状態でお持ちください。本パーティーではできるだけごみを出さないよう、例年有田焼お皿を窯元に注文しています。「ごみ軽減協力費」として1,000円のご負担をお願いします。



編集後記

2月から娘を託児所に預け、共働きを始めたのだが、毎日が綱渡りのようだ。娘と妻が同時に熱を出したりと次々と問題が起こる。子育ての大変さを身をもって感じている。

映画「チェスト!」が公開される。この映画は、「負けるな、うそをつくな、弱いものをいじめな」という鹿児島伝統の郷中教育の魂を受け継いだ子供たちが、錦江湾横断遠泳に挑戦する姿を描いた作品だ。所属しているNPOカゴシマライフネットが地元受入れのサポートや事務局をしたので、是非見て下さい。（ゆ）

よかネット No.90 2008.4

(編集・発行)

(株)よかネット

〒810-0802 福岡市博多区中洲中島町3番8号
 福岡パールビル8階

TEL 092-283-2121 FAX 092-283-2128

<http://www.yokanet.com>

mail: info@yokanet.com

(ネットワーク会社)

(株)地域計画建築研究所

本社 京都事務所 TEL 075-221-5132

大阪事務所 TEL 06-6942-5732

東京事務所 TEL 042-501-2531

名古屋事務所 TEL 052-202-1411

(株)地域計画・名古屋