



地域の産業・雇用の創出

座談会 「生産者と消費者の連携による 信頼社会の構築」

新しい価値の発見と創造

小磯 本連載の最後として、産消協働の道民会議メンバーとして参加された皆様は、その意義と今後の展開について語っていただきます。

最初に、皆様それぞれどういう立場で産消協働に関わられているのかを伺います。

湯浅 私は新得町で酪農業を営み、ファームインも開いていますので、直接食べてくれる人や関わってくれる人たちとの交流が10年くらい続いています。訪れる人たちからいろんなことを教わって

もかなり効率がいい。良いエネルギーに恵まれているのに、皆さん先入観をもって目を向けなかっただけでしよう、というアプローチだったんです。

小磯 バイオマスもそうですよね。あらためて振り返ってみれば、まさに地元の資源で、外に頼らないで、ということが可能ですね。

牧野 循環型の社会をつくらなければならないと、「らしさ」が出てこないですね。いろんなものを外部に依存していると、輸送が必要になり、温暖化などの問題につながり、北海道らしくあるべき環境を台無しにしていく。少しでも自前でできるものを高めていかないといけないと思います。それは資源だけの話ではないのですが。

湯浅 産消協働という言葉からなんとなく「物」をイメージしてしまいますが、自然も景観もエネルギーも人も、全部が地域の資源だということがきちんと認識され、運動として広がれば、ここに勝るところはないのではないかとつくづく、北海道は豊かなところだと思えます。

小磯 ある意味風土ですね。自分たちの地域の風土をしっかり認識し、愛すると同時に使い切るという…。

湯浅 今回の連載事例にもそういう光るものが多いですね。そういう部分を情報公開していくと、自分たちのまちにも活かせるものがたくさんあるとみんなが気付き出すのではないかと感じています。

今までは目に見える資源が経済優先の中で通ってきた気がするのですが、視点を変えようと、地域にはあらゆる資源や魅力が豊富だということが見えてきました。地域の宝を見つけ出す手法として、産消協働の取組みはとても分かりやすいと感じました。そして、それが次世代に向かってくるに育て上げられて、未来につないでいける。そこが

地域の良さが分かってくると、地域のものを大切にしよう、なくしたくないという思いにつながるのです。そういうことで、地産地消とか産消協働というのは、ある意味で、暮らしの中から出てくる本音だと思います。ですから、今回の産消協働の取組みが始まると聞いたときには、今までの自分の思いが形になっていくという感じがしました。

新エネルギー開発では、雪水利用の農作物貯蔵施設の研究開発をしました。多額の費用がかかりましたが、国や道の支援も受けながら、6年くらい続けてきました。かなり安くしてきたのですが、やはり新エネルギーはまだまだ対価として償却できるレベルではありません。

拝見しています。

小磯 そこから生まれる価値は、実は市場における大事な新しい価値かもしれないですね。

もうひとつは、地域がどう生き残っていくか。訪れる人たちは、外国人に言わせれば日本国北海道ニセコ町にやってくるわけですから、食にもサービズにも建物ひとつにも北海道らしさをつけてこそ、本当に求めてくるものに対応できる、これから取り組むべき最上位の課題だと思っています。

石本 今は消費者がとても多様なニーズを持っています。もうそれに大企業がいちいち応えていく時代ではなく、もっとミクロな関係がより濃密になつていくと思います。

なぜそれに取り組んできたかという点、農産物を多くの輸送コストをかけて東京や大阪に「ニセコ産」として出しているながら、地元の商店には並んではいなかったのです。地域の中で持続的に消費でき、訪れる人たちにもきちんと提供できる仕組みを作ろう。そのためにはまず、ニセコらしいエネルギーを使ったクリーンで安全・安心なものを、個々の農家が長期間安定して自分たちの管理の中で出していける仕組みにしていきたいということを進めてきました。

小磯 グローバルなものも否定できませんが、それだけでは満足できない別の世界ができてくる。生産者と消費者が距離の近いところで新しい価値を目指していくことに、地域の発展の鍵を見たいという流れなのではないでしょうか。

距離が離れていて、やむを得ないものだという意識が強い。石油資源にだけ頼る怖さもあります。そのあたりも取り入れた運動を展開していけば、地産地消を超えた力強い地域社会づくりに結びつくと思います。

牧野 私は産消協働では新エネルギー開発分野というのですが、それ以外にもNPO法人の理事長や事務局長として地域づくりに携わっています。また、全国初の株式会社観光協会設立にも最初から関わり、取締役もしています。実は、これらは私にとって全部ひとつなのです。

風土も資源。次世代への宝探し

石本 今回の間、ある展示会で屋根を使った太陽熱・太陽光の二つのプロジェクトが出ていたのですが、驚いたことがあります。北海道は積雪寒冷地だから太陽エネルギーには不適という先入観があったのですが、実は統計をとってみると東京より

一度消費者と手を組んで、自分たちのまちらしさを訪れる人たちにとっても北海道らしさに結びつくようなものを見つけてつくり出していくべきではないかと思えます。そのためには、産消協働は非常に有意義な事業、いや事業というよりはムーブメントにしていかなければならないのだらうと思います。

産消協働の意義かと思えます。

石本 今湯浅さんがおっしゃったように、地域の隠れた財産を地元の誰もが本当に知っているかという点、実は知らない人が結構おられるようで、それで地元に対する執着心や愛着心がいまいち育っていないのかなと思います。そのためか、産消の「消」のほうがいまひとつクールな反応というのが実感としてあります。

いま各地で、生産者から消費者にアプローチして、そのニーズを受け止めながら、なんとかいい生産活動をしていこうという動きに少し芽が出てきているようです。ところが、消費者・生活者には自分たちの側から声を上げてアプローチしているという動きが希薄なように感じます。それでは駄目だという思いはみんな持っていると思うのですが、なかなか動きにつながらない。それがこの一年半産消協働を行ってきた中でひとつ浮かび上がった課題かなと感じています。

私たちが業界では、消費者の率直なクレームの中にヒントやビジネスチャンスがたくさん隠れているといわれますが、それを一番見つけ出しやすいのは生活者です。消費者だけでなく、生産者も生活者であるはずですが、自分の身の丈での不平不満というような観点でものを見ていないクールさが気になります。もつとお互いに顔をつきつけ、声を上げること、ものが回っていくのではないかと感じます。

生産者と消費者の協働作業

牧野 北海道らしさや地域らしさって何だろうというのを多くのの人たちと議論しながらさまざまな取組みをしてきて、結局は訪れる人たちにどうして何が必要かを分かっているかという点で、今までの北海道だと思えます。

先日、消費者運動や消費者団体をテーマに研究している研究者の方とお話したら、アメリカで消費者運動が起こったきっかけは鉄道の開通だそうなんです。それまで消費者は自分の目で確認できる範囲で生活していたのが、鉄道という交通網が発達して外国から商品が入ってきて、中には毒性のあるものや体に良くないものもあり、これでは駄目だということから起こった運動なのだそうなんです。ところがそれが日本に入ってきたとき、やや

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも

もすれば商品に対する批判運動とか環境運動という流れになってしまい、消費者と生産者の動きそのものが離れてしまったと指摘されていました。

私に住んでいる「七」地域は、いわゆる観光地ですが、いったんホテルに入れば、サービスも建物も食も、単に売ればいい、80点クラスであればいいという感じで、北海道らしさを目に向けていない。本音で、北海道らしさを目にかけていない。本音で、北海道らしさを目にかけていない。本音で、北海道らしさを目にかけていない。

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも

もつひとつは、北海道内のいろいろな商店街が衰退していく中で、より一層北海道らしさが失われてきていると思います。商店街をなくしているのも実は消費者。ならばより多くの人たちがも



コーディネーター
小磯 修二 氏
釧路公立大学教授 地域経済研究センター長
産消協働の普及のための道民会議座長

ですから、産消協働の意味というのは、消費者・生活者と本来身近であったはずの生産というものをあらためて見つめ直す、湯浅さんがおっしゃったように、地域の目で見ることによって、新しい力につながっていくという取組みではないかと私は思っています。

石本 どうしても、消は消、産は産で、お互いに向き合わないでそれぞれの固まりになっている気がしますが、消費者は消費者の固まりで議論はしますが、その声は生産者に必要なのに伝わっていない。生産者は生産者で別の議論をしている。お互いのやりとりの場面が本当に少ないというか、まっさらきり別のものでいう気がしてならないのです。

湯浅 そうですね。やはり運動を起こしていくというのは、一人ひとりの意識を変えることだと思います。私が自分で行っているスローフード運動もそうですが、意識を変えていくというときに、行政とともに自分たちがこの地域を良くしていくこと、向かっていくということを確認できるということにつながっていると思います。

小磯 今回の産消協働というのは、さきほど牧野さんがコメントとおっしゃいましたが、いわゆる道民運動という政策手法を使っています。これを政策としてどう評価し、これからどう進めていけばいいかを伺います。

湯浅 そうですね。やはり運動を起こしていくというのは、一人ひとりの意識を変えることだと思います。私が自分で行っているスローフード運動もそうですが、意識を変えていくというときに、行政とともに自分たちがこの地域を良くしていくこと、向かっていくということを確認できるということにつながっていると思います。

石本 道民運動という発想も、そういうものを共有して、パワーを発揮できるよつになることもすばらしいと思います。ただ、運動にするためには、いまいちばんの目的だと思っています。そのときに、やはり大切なのは情報をできるだけ広げていくことです。消費者の一番のパワーは口コミですが、最初からは期待できないので、いろんな形でPRすることにエネルギーをかけないと、せつかくのいいプランもパワーが出ないのではと懸念しています。



湯浅 優子 氏
ファームイン
「つっちゃんとう子の牧場のへや」経営

湯浅 地域が自立する方向に行ったら、今度はそれが隣と連携して、そこからまたさらに隣と波及して、本当の意味でのネットワークが北海道中に生まれてくると思います。今は点としての存在しか見えていない。ネットワークにするためには、もう少しそういう点を広げていくことがまだ足りないかなという感じはしています。

小磯 それぞれの思いでみんな取り組んでおられるのですが、やはり結びつけてネットワーク化していくというのは大変なエネルギーを伴うことですね。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

小磯 それぞれの思いでみんな取り組んでおられるのですが、やはり結びつけてネットワーク化していくというのは大変なエネルギーを伴うことですね。

湯浅 地域が自立する方向に行ったら、今度はそれが隣と連携して、そこからまたさらに隣と波及して、本当の意味でのネットワークが北海道中に生まれてくると思います。今は点としての存在しか見えていない。ネットワークにするためには、もう少しそういう点を広げていくことがまだ足りないかなという感じはしています。

小磯 そういう考え方で実践していることとする芽はいろいろと出てくるけれど、ネットワーク化していくひとつの方法として、産消協働というキーワードでそれぞれの理念を共有しながらまとめて上げていくという意味合いも大事な役割なのかもしれません。

石本 農業が盛んなところというイメージのあるところがある町でお話を聞きましたら、町の方が「農業と商業はすごく仲が悪いのですよ」とおっしゃった。そういうことはいろんなところで日常茶飯事にあるのかなと思いました。だからテーブルを一つにして、そういう人たちが集まってお互いを知ること、ということがすごく大事だと思います。お互いをつぼを向いているようではいつまでも何もできないという不安があります。

石本 どうしても、消は消、産は産で、お互いに向き合わないでそれぞれの固まりになっている気がしますが、消費者は消費者の固まりで議論はしますが、その声は生産者に必要なのに伝わっていない。生産者は生産者で別の議論をしている。お互いのやりとりの場面が本当に少ないというか、まっさらきり別のものでいう気がしてならないのです。

石本 生産者と消費者の枠を超えて、ひとつのものを一緒につくることで、達成感を共有すれば、それがすごく大事にされていくでしょう。早くそういう事例がたくさん生まれてくると、きっと弾みがつくと思います。



牧野 純二 氏
牧野工業(株)専務取締役

小磯 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

湯浅 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

石本 どうしても、消は消、産は産で、お互いに向き合わないでそれぞれの固まりになっている気がしますが、消費者は消費者の固まりで議論はしますが、その声は生産者に必要なのに伝わっていない。生産者は生産者で別の議論をしている。お互いのやりとりの場面が本当に少ないというか、まっさらきり別のものでいう気がしてならないのです。

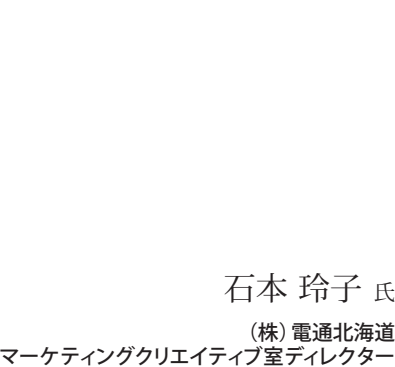
湯浅 スローフードも危機感から始まったのです。いろんな食の問題が起きたときに、道民の8割が安全なものを求める時代になったように、やはり危機感みたいなものを共有する必要があると思います。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

石本 どうしても、消は消、産は産で、お互いに向き合わないでそれぞれの固まりになっている気がしますが、消費者は消費者の固まりで議論はしますが、その声は生産者に必要なのに伝わっていない。生産者は生産者で別の議論をしている。お互いのやりとりの場面が本当に少ないというか、まっさらきり別のものでいう気がしてならないのです。

湯浅 スローフードも危機感から始まったのです。いろんな食の問題が起きたときに、道民の8割が安全なものを求める時代になったように、やはり危機感みたいなものを共有する必要があると思います。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。



石本 玲子 氏
(株)電通北海道
マーケティングクリエイティブ室ディレクター

石本 どうしても、消は消、産は産で、お互いに向き合わないでそれぞれの固まりになっている気がしますが、消費者は消費者の固まりで議論はしますが、その声は生産者に必要なのに伝わっていない。生産者は生産者で別の議論をしている。お互いのやりとりの場面が本当に少ないというか、まっさらきり別のものでいう気がしてならないのです。

湯浅 スローフードも危機感から始まったのです。いろんな食の問題が起きたときに、道民の8割が安全なものを求める時代になったように、やはり危機感みたいなものを共有する必要があると思います。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。



湯浅 スローフードも危機感から始まったのです。いろんな食の問題が起きたときに、道民の8割が安全なものを求める時代になったように、やはり危機感みたいなものを共有する必要があると思います。

石本 産消協働が地域を変えられるかということでお聞かせいただきたいと思っています。

湯浅 スローフードも危機感から始まったのです。いろんな食の問題が起きたときに、道民の8割が安全なものを求める時代になったように、やはり危機感みたいなものを共有する必要があると思います。