

Keyword 「伝統野菜」「大和野菜」「知名度」「地域活性化」「地産地消」

1.はじめに

伝統野菜に興味を持ち出したのは高校1年生の春休みの事である。友人の姉が三重県の名産物「たっぷりこ」と言うミニトマトを買ってきてくれ、伝統野菜の美味しさに気づいたことがきっかけだ。こんなにもおいしい野菜が一般的なスーパーに売られていないのはなぜか疑問に思った。そこからスーパーで伝統野菜が売られているか、伝統野菜についての本を読んだり、ネットで調べたりするようになって伝統野菜について探究したいと思った。振り返ると、日常の中で地方野菜を使った料理を食べていたことに気がついた。それは保育園、小学校、中学校の給食である。例えば、筒井れんこんのきんぴら、丸なすのマヨネーズ和え、奈良のっぺ汁など、伝統野菜は様々な料理に使われている。私たちも知らず知らずのうちに伝統野菜を食べていたのである。そう考えると伝統野菜は身近に感じられる。去年の夏に叔母の友人にもらった、ピュアホワイトやゴールドラッシュなどの北海道のとうもろこしを湯がいてそのまま食べたことがあった。当時はそれが伝統野菜であることすら知らなかった。とうもろこしを使ったレシピがないかを調べていたら、地域の伝統野菜を多く取り上げている日本テレビの青空レストラン(2020/7/25)を知った。そこで取り上げられた「とうもろこしのチーズ春巻き」のレシピを使用したのをきっかけに青空レストランを見るようになった。私たちが、今まで知らなかった全国の野菜をテレビ番組を通して知った様に、私達だけの力で47都道府県すべての伝統野菜を把握し、全国の方々に伝えることは難しい。だからまず、私達にゆかりのあるこの地、奈良県の伝統野菜を奈良県民の皆様により広めていきたいと思った。私達がこの研究をすることによって、例えば、手にとってもらい、食べてもらうことで地産地消に繋がり、物流コスト削減にも繋がる。伝統野菜を研究することで、良いサイクルが出来上がる可能性がある。これらの動機により、私達は伝統野菜をどのように未来に残すのかを探究することにした。

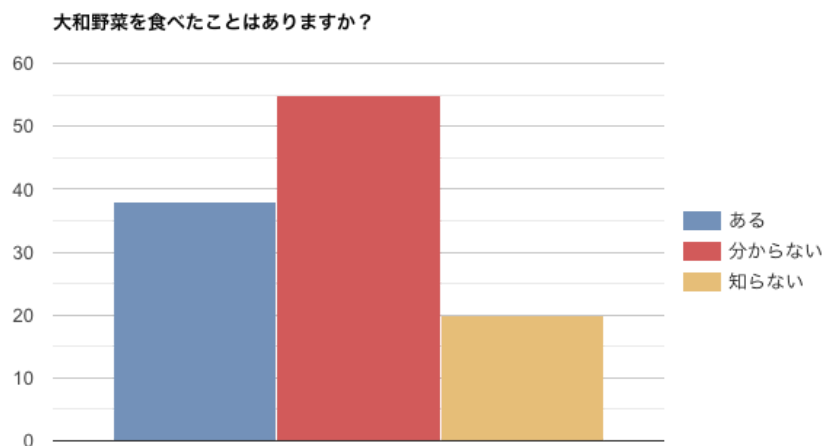
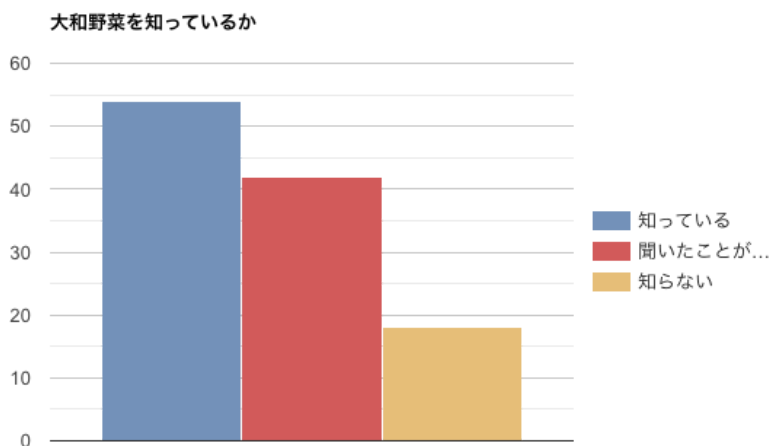
2. 序論

私達は「奈良県における農業の活性化策に関する調査研究」を参考にし、考えていきたい。これは奈良県の農家の現状や農業ビジネス活性化のための課題整理、長期的な活性化への提言などが記載されている。第3章の農業ビジネス活性化のための課題整理の章で「付加価値性がない→加工の問題とされている」(12ページ目の18行目)と、記載されてあったが、私達の意見は反対である。理由は伝統野菜というブランドがついているのにも関わらず、付加価値性がないと言うことは一般的に育てられている野菜と同じだと思うからだ。付加価値性がないものだったら、わざわざ苦労して後世に残す意味がないと思う。もう一つの大和野菜を普及する妨げとなっている課題整理として「ブランドが確立していない」(21行目)と記載されていたが、私達は奈良県の伝統野菜と言えば、大和野菜を連想することができる。決してブランドが無い訳ではないと思う。つまりその原因を考えるとPR不足ではないかと考える。県や市町村が総力を上げてPRする事で、伝統野菜の知名度は上がる。約10年ほど前に書かれたこの先行文献では課題や解決方法などは記載されていたが、現在そのような取り組みが実施されていない。例えば、第4章の活性化への提言のプロモーションミックスで買いたい特産ブランドへの販売促進で奈良産野菜を活用したフードフェスティバルの開催、奈良産食材フェアの開催、「奈良にぎわい味わい回廊」の開催などのイベント活動と記載されていたが、10年たった今でも開催されていない。イベントが開催されない理由として、県の職員は伝統野菜のPR不足についてそこまで重要視していないのではないと思う。他のイベントはよく見かけるのに対し、伝統野菜を主にしたイベントはあまり見かけな

い。県や市町村が伝統野菜について関心がない限り、伝統野菜の知名度は上がらないと思う。だから伝統野菜の重要性に気づいてもらい宣伝活動をして欲しい。奈良県のテレビ番組だけでは大和野菜は紹介されていない。例えば、青空レストランは毎週その地域のさまざまな食材が紹介されており、インターネット環境が整っている現代で、もし大和野菜が紹介されると知名度も上がるのではないかと。どれが大和野菜か見分けられない野菜も多く、見やすくするために、例えば、第4章の活性化への提言のブランドシールで「ブランドシールを商品に貼るとかPOPで紹介するなど、明らかな差別化を行なっていく必要がある」(③ ブランドシールの4行目)と記載されている。スーパーでPOPを使い大和野菜を紹介している店は見かけたことがあるが、ブランドシールを使用している店を見かけたことがない。POPだけだと家に大和野菜が置いてあっても普通の野菜と見分けることができない。10年後の今、実際にはブランドシールが採用されていない。POPはスーパーの従業員や生産者が作っている場合が多いが、ブランドシールになると統一性を持たせるために県が発行しないと行けない。スーパーの従業員や生産者は協力的だが、県は協力的でない。第5章の大和野菜の地産地消への提言で「大和野菜の地産地消が進めば、全国ブランド化を目指すことによって、更なる生産量の拡大や売り上げの向上が図れる。」と記載されているが、なぜ私達が地産地消をすると、奈良や大和そして地域の全国的知名度向上に繋がりがいいのか疑問に思った。その理由として、地産地消が進まないと生産量の拡大ができないと言うことは初めから生産量を増やすことができるのではないかと考えた。それに加え、私達が地産地消をしすぎると、野菜の生産が追いつかなくなるのではないかと考える。地産地消をして、食べてくれた人が自分達の周りの人達に紹介してくれたら知名度は向上するが、野菜をただ食べるだけで終わると地域活性化は向上しない。インターネット販売についての記載で、大和野菜をスーパーで購入するよりもはるかに値段が高くなっていることは手に取りにくく、全国の人が買うことが可能なのに購入しにくい状態になっている。インターネット販売になるとなぜかセット売りが多くなって単体でうられているケースが少ない。そもそも販売サイトが少ない。「全ての活動を連携・連動させ相乗効果を高める」と記載されていたが、大和野菜・業者サイト、ポータルサイトは連携されておらず、個々でサイトが作られているから一つのサイトにすることによって情報のばらつきがなくなり正確な情報を得ることができる。私達は大和野菜の知名度の低さが課題だと考えた。知名度が低いからスーパーなどに大和野菜が販売されていない。奈良の伝統野菜として全国にアピールできるはずの大和野菜なのに知名度が低いから懸念されるのではないかと考えた。知名度をあげることでいくつかの課題も少しは解決できるのではないかと考えた。私達が行ったアプローチ方法は、大和野菜を栽培、校内でアンケートを実施、ポスター掲示などを行うことだ。

3. 本論

なぜ大和野菜を栽培したかという点と現在家庭菜園をしている方が増えたからだ。大和野菜も家庭菜園で育てられると知り、身近に栽培出来るなら栽培しやすい種を使うのではなく大和野菜を栽培してもいいのではないかと考えた。高校2年の夏休みに家の畑で大和まなと小かぶを栽培した。大和まなは大成功し美味しくいただけたが、小かぶは猛暑の影響と植える時期が少し早かったため、収穫することは出来なかった。種は郡山種苗店で購入した。ほかにも種や苗を買える店は10店舗ほどある。そして家だけではなく昇降口の前で大和まなと小かぶと大和三尺胡瓜を栽培した。奈良県立国際高校3年生110人を対象に大和野菜の知名度に関するアンケートを行った。大和野菜をそもそも知らない人は少ないことが分かった。自分の活動で知ってくれた人は過半数ほどいたので知名度を向上させることが出来た。なにが大和野菜にあたるのかわからない人が多いことがこのグラフより分かる。大和野菜はスーパーに出回ることが少ない。高校生は普段スーパーで野菜を購入する事が少なく、購入した場合でも名前より値段を見て購入している。やはり大和野菜のブランドシールやスーパーに大和野菜をもっと置いていたり、大和野菜のコーナーがあればもっと興味を持ってもらえるのではないかと考えた。



4.結論

校内では大和野菜の知名度はそこまで低くないけど、興味を持っている人はそこまでいないことが分かった。知名度不足の課題は解決に向かっているのである。現在大和野菜は小中学校の給食に使われている。それなのに大和野菜を食べたか分からないと答える人が多い。もっと大々的に大和野菜と明記したり、難しいとは思いますが、献立のメニューを見ながら大和野菜が給食で出てきたと認識することが大切だと思う。自分は大和野菜は知らなかったが大和まなは食べたことがあったので記憶にあったが、大和まなが大和野菜だということは知らなかった。大和野菜はブランド化があまりされていないからだ。他の県を例に出すと京都の伝統野菜である京野菜はたくさんの人に知られている。それは府がブランド化を目指し頑張っていたからだ。私は京野菜のように大和野菜が有名になって欲しいと考えている。もっと奈良県がアピールすることが大切である。ブランド化は自分ができるよりも県が積極的に活動してくれることが大切である。

5.おわりに

この探究を通して私はたくさん学ぶことがあった。大和野菜を詳しく知ることが出来た。大和野菜を自分の力でアピールし、知ってもらうのはかなり難しかった。目標は校内の人全員に知ってもらうことでした。しかし達成することは出来ませんでした。自分をもっと大和野菜を知ってもらえるように工夫すれば良かった。自分の活動で大和野菜を知ってくれる人は増えた。多少は大和野菜の知名度が向上したのではないかと考えた。しかし大和野菜の知名度が向上したから興味を持ってくれたのではない。自分の探究は知名度をあげることを重点的に探究をしていたのでただ知ってくれる人が増えただけになっているのではないかと考えた。今後は大和野菜の知名度向上だけでなく、興味をもってもらうことが大切ではないかと考えた。これで探究活動を終えるのではなく、これからも引き続き大和野菜をみなさんに知ってもらい、興味を持ってもらう活動を行いたいと考えている。

6. 参考文献・出典

奈良県における農業の活性化策に関する調査研究

https://www.j-smeca.jp/attach/kenkyu/shibu/h22/h_nara.pdf 最終閲覧日2023年12月4日