

No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
13	地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム	宇都宮大学 農学部 農業経済学科 西山研究室	
		狩野 菜々	宇都宮大学 農学部
		指導教員 氏 名	西山 未真

1 提案の要旨

本報告では、市民へのインタビュー・アンケート調査から、宇都宮市民の食は、宇都宮市内産に加えて、隣接 5 市町（芳賀町、市貝町、茂木町、上三川町、下野市）産の農産物によって満たされていることがわかった。この範囲が、宇都宮市民のフードシェッド（地域自給の範囲）と言ってよく、ローカルフードシステムが展開しやすい範囲を表していると考えられた。この範囲において、市民の抱える問題を解決する「地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム」を提案する。地域の神社などのパブリックスペースに、地域の人々の温もりと地域の食の豊かさを実感できる食堂を作る。ここで使われる食材は、地産地消推進店に認定された店で販売される農産物（余剰も含む）であり、その運搬、食堂の運営、調理、また農産物の作業などにも、市民のボランティアを募る。ボランティアに参加すると推進店で割引となるポイントを貯めることができ、地域活動にコミットすればするほど、地域の食をお得に利用できる仕組みである。推進店は、基準を設け、それを満たした小売店舗だけが認定される。

「地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム」では、相対的貧困、乏しい食生活、社会的孤立、働き過ぎによるストレス、老後の居場所などの問題を解消し、地域の余剰労働力の活用により人々にやりがいを実感できる労働の喜びを与えることができる。また、地域の余剰農産物の活用、援農による市民と農業とのつながりができることで、農家の労働力不足の解消につながり、地域の農業が、農産物の生産地だけでなく、地域の働く場所として認識される効果も期待できる。このようにふれあい食堂をめぐるローカルフードシステムは、都市も農村も含めた地域の様々な問題にアプローチでき、持続的な食と農の関わりを可能とするシステムとして提案できる。

2 はじめに 本プロジェクトの目標と調査方法

私たち宇都宮大学農学部農業経済学科西山研究室では、農業や農村資源を持続的に管理できるフードシステムのあり方について研究している。従って今回の宇都宮市政への提案プロジェクトでは、宇都宮市民が望む、あるいは必要としている食を実現するフードシステムをテーマに設定した。そこで、そうしたフードシステムを明らかにするために、次の 2 つを目標にした。まず 1 点目は宇都宮市民の持続可能な食を実現する地域自給（フードシェッド）の実態を明らかにすることである。2 点目は宇都宮市民の食の流通の実態や問題点を明らかにすることである。この 2 つの目標にアプローチすることから、本プロジェクトのテーマである宇都宮市民が望む、あるいは必要としているローカルフードシステムを具体的に提案しようと考えた。

調査方法は、主としてアンケート調査とインタビュー調査である。アンケート調査は、宇都宮市民に対して、農産物の産地や食の確保に対する意見やニーズを尋ねた。平成 29 年 9 月 8 日に、宇都宮市内 6 店舗の直売所の店頭で消費者に配布し、1 週間に購入した農産物の産地を記入後、郵送してもらう形式で実施した。120 部配布したうち 63 部回収済みで、回収率は 52.5%となった。アンケートでは、農産物の産地の記入の他に直売所への要望や食を選

択する際に重視している点など食に対する意向も合わせて聞いた。インタビュー調査は、こども食堂を運営している代表者や直売所経営者という市内のフードシステムの関係者に実施した。昭和こども食堂代表者〇氏には平成29年11月13日に、あぜみち駅東店店長〇氏には平成29年11月17日にインタビューを実施した。さらに、地域流通の実態を明らかにするために、「2017うつのみや地産地消マップ」に掲載されている小売店のうち17店を抽出し、店舗での農産物販売の状況を調査した。調査期間は、平成29年8月～9月にかけてである。これらの調査結果を分析し、市民が望む食の供給を持続可能なものとするためのフードシステムを明らかにする。

3 宇都宮市民の食の実態—フードシェッドマッピングと推進店調査—

(1) 地域自給の実態

①地域自給を明らかにする理由

アンケートに回答のあった63名からの農産物の購入記録をもとに、宇都宮市民の地域自給の実態を明らかにする。地域自給を明らかにする理由は、主に2つある。1つは、ここ十数年来直売所などが人気となりそこでの流通が増えてきているものの、その実態を把握する統計データはないのが実情であること。特に、宇都宮市のような近郊に産地が多くある立地では、そうした市場外流通の大きさは、やはり無視できない重要なものである。もう1つの理由は、地域自給は、持続的なフードシステムという意味で重要であると考えられるからである。日本の食料自給率は低下する一方であるため、食料安全保障の面からも、地域自給を持続的に発展させることが重要な課題である。2000年代に入り、地産地消が推進されてきたが、その実態を量的に把握し、具体化することで、市民の意識を食の供給地となっている地域により強く結びつける効果が期待できる。

②フードシェッドマッピング

今回地域自給の実態を把握するために、フードシェッドマッピングという手法を使う。フードシェッドとは、ウォーターシェッド（集水域）という考え方を食に当てはめた造語で、自分の食べ物が生産される地域を把握することで、その地域への思いや関わりを強くし、生産資源を持続的に管理していくための責任が促されることを狙っている。

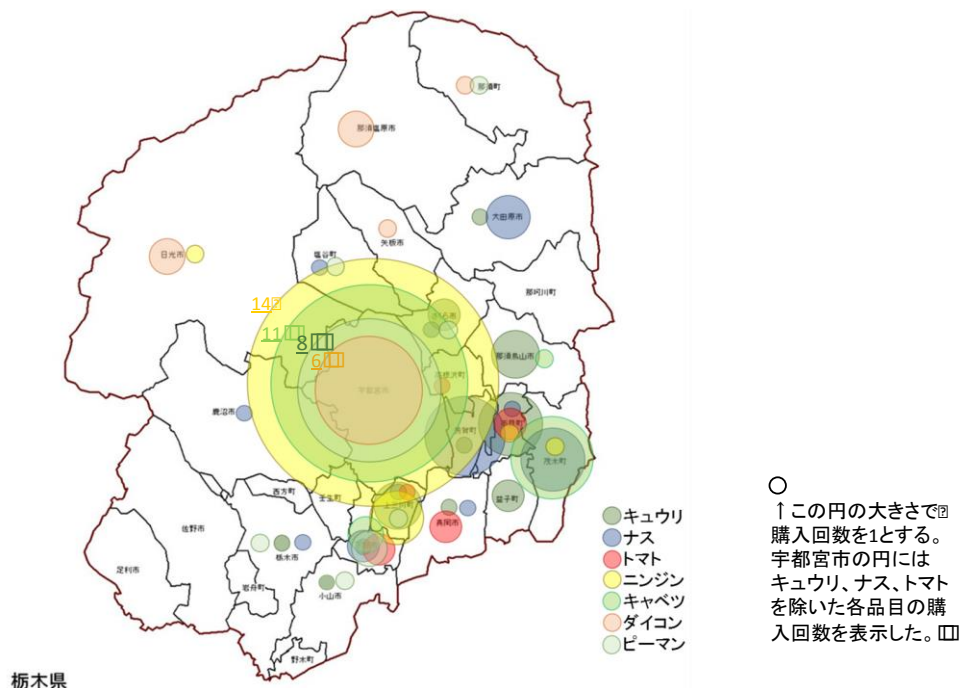


図1 宇都宮市民のフードシェッドマッピング

今回のアンケートで回答のあった 63 人が 1 週間に購入した野菜は、90 品目にのぼった。そのうち購入回数の多かった上位 7 品目についての生産地を地図上に示したのが、図 1 である。この地図からわかることは、宇都宮市民の食（この場合野菜）は、宇都宮市と芳賀町、市貝町、茂木町、上三川町、下野市でより多く生産されていることである。地図を見やすくするために、上位 3 品目（キュウリ、ナス、トマト）については、購入回数が他の品目よりも非常に大きかったため、地図上には示していないが、フードシェッドの範囲は変わらない。つまり、宇都宮市民の胃袋を満たしているのは、宇都宮市と隣接 5 市町の農業生産によるといえる。

③食料自給率との比較

アンケートで得られたデータでは、マッピングに示した購入量の多かった上位 7 品目について、宇都宮市内の農産物が 48%を占め、同市と接する 5 市町を含めると約 60%がフードシェッド（地域自給）の範囲で賄われていた。また、購入量の多い上位 3 品目にしぼると、宇都宮市の割合が 62%であり、隣接した 5 市町を含めたフードシェッドでは、76%になる。宇都宮市農政課による統計データに基づく、市内の生産物による野菜の自給率は 25%にとどまっており、単純には比較できないものの本調査における値と大きな違いがあった。本調査のアンケートの対象が直売所を利用している消費者であったため、市場流通を主に利用する消費者とは購買性向に違いがあったと考えられ、宇都宮市民の食が、市内や近隣地域（フードシェッド）の農業と強い結びつきを持っていることが理解できる。

今回の調査で明らかになったフードシェッドは、いわば地産地消が実践されている“地域の範囲”ということであり、この範囲が、ローカルフードシステムが展開しやすい範囲を表していると考えられる。

（2）地産地消推進店調査の分析

次に、宇都宮市での地産地消の取り組みを調査するために、宇都宮市が発行している「宇都宮市地産地消マップ」に掲載されている小売店・量販店 56 店舗のうち 17 店舗を調査した分析結果を紹介する。調査内容としては、それぞれの店舗で実際に地産地消の取組が行われているのか、またその取組の内容はどのようなものか調査した。調査店舗の分布は図 2 の通りである。調査した結果を、店舗名、番号、地産地消の取組の有無、野菜コーナーにおける地産地消コーナーの占める割合、取組内容を項目ごとに表 1 にまとめた。



図 2 調査店舗の分布

表1 調査結果

店舗名	番号	地産地消の有無	販売割合 (野菜コーナー)	取組内容
イトーヨーカドー 宇都宮店	①	○	1/3以下	農家さんからの直接仕入
フードアシスオータニ 岡本店	②	×		
フードアシスオータニ 御幸ヶ原店	③	○	1/3以下	農家さんの顔が分かる仕組
ヨークベニマル 御幸ヶ原店	④	○	1/3程度	農家さんの顔が分かる仕組
ろまんちっく村 あおぞら館	⑤	○	半分以上	道の駅なので大規模
スーパーオータニ 野沢店	⑥	×		
優食倶楽部	⑦	○	1/3以下	食堂と併設して小規模ながらに販売
フードアシスオータニ 宇都宮駅東店	⑧	○	1/3程度	農家さんの顔が分かる仕組
フードアシスオータニ 平松店	⑨	○	1/3以上半分以下	農家さんの顔が分かる仕組
宮カフェ 一階 @miya	⑩	○	1/3以下	宇都宮市産の農産物で作ったものを販売
八百半商店	⑪	×		
八百藤商店	⑫	×		
えきの市場	⑬	○	1/3以上半分以下	JA宇都宮または農家さんから直納
コープ 越戸店	⑭	○	1/3程度	加賀町が行う地産地消プログラム推進店
ヨークベニマル 石井店	⑮	○	1/3以上半分以下	地産地消推進店として登録 イベント有
ヤオコー	⑯	×		
ヤオハン	⑰	×		

調査結果から、宇都宮市における地産地消の取組の現状と課題を述べる。地産地消の現状としては、宇都宮市が発行する地産地消マップに掲載されている小売店・量販店によって取組の差があると感じた。このことから地産地消マップへの掲載される基準が明確でないように見受けられた。また、栃木県産の農産物が地産地消コーナーに配置されていた店もあったが、その中でも宇都宮市産の農産物はごくわずかなものであり、販売する店側も地元産の有無や販売場所等をくわしく理解していなかったという現状であった。

この現状を打破すべく、宇都宮市が地産地消を取り組むうえでの課題点としては第一に地産地消マップの掲載基準を設けることが必要であると考えられる。これにより、コープ越戸店のように芳賀町地産地消委員と提携している店舗もあれば、地産地消マップに掲載されているのにも関わらず地産地消を積極的に行っていないという地産地消の取り組む姿勢の差を解消できると考える。第二に販売側が宇都宮市の行う地産地消を推進していく積極的な姿勢を持つべきだと考える。直売所では宇都宮産の農産物が販売されていることはもちろんのこと、その販売されている農産物の生産・調理方法などが分かるということは消費者の購買意欲をかりたてる大事な要因である。スーパーなどの小売店では仕入れ先の農家さんの顔が分かり、農産物の安心を保障する取組はどこも行っている。しかしその情報だけでは購買意欲を高めるには物足りない。スーパーなどの小売店でも地産地消を進めるために地元で採れた農産物を使ったレシピや食材が長持ちする保存方法など消費者に有益な情報を発信することで、購買意欲を高め地産地消を推進していく工夫を検討してもらいたい。

4 宇都宮市民の食の実態—アンケートとインタビュー調査から—

(1) 直売所利用の消費者へのアンケート調査分析

アンケート調査から、市民である消費者が地元産農産物に求める意見が明らかになった。新鮮さや有機栽培されているといった、地元農産物ならではのこだわりが求められていたといえる。具体的には地元農産物ならではの新鮮さや、名前や顔写真付きのパッケージといったように生産者が明らかであることによる安心を求める声が多かった。さらに、無農薬・無化学肥料の有機栽培であるというように、安全を求める声も多く見受けられた。さらに、その他の意見として地元農産物が売っていても、調理法が分からないので、農家の方に教えてほしいという意見があった。最近ではポップなどで調理法を掲示している直売所なども増えてきているので、消費者のニーズに対応する傾向だと感じた。また、野菜などの生鮮食品は

まとめ買いが難しいので、毎日通える身近な範囲に地元農産物の販売所ができてほしいとの声も上がっていた。さらに、保存性をよくするために加工品を充実させてほしいとの意見もあった。

こういった理由から地元農産物に魅力を感じている 49 人のうち、43 人が実際に地元農産物を購入している。このことから、多くの市民が地元産農産物に魅力を感じて実際にそれを購入しているといえる。以下、アンケート結果の詳しい数値を以下に示す。

(1) 直売所について

①直売所がもっと近くにあると嬉しい。	26 名
②無農薬など有機農産物専門の直売所（コーナーでも）がほしい。	21 名
③直売所がもっと増えてほしい。	17 名
④その他 ・栃木県内の農産物コーナーがほしい ・市場に出荷できない B 級品を安価で販売してほしい ・旬の農産物を充実させてほしい	9 名

(2) 農産物の種類や加工品について

①地元産の農産物の種類を増やしてほしい。	31 名
②地元産の農産物をもっと充実させてほしい。	27 名
③野菜ジュースなどの地元産の農産物の加工品を充実させてほしい。	11 名
④その他 ・地元産農産物（とうがん、からし菜など）のレシピが知りたい ・少人数傾向で料理の材料が残らない、すぐ使える真空パックがあるとよい ・生鮮野菜はまとめ買いが難しいので、保存のきく加工品がよい ・加工品（手作りジャムなど）がもう少し手頃な価格だと購入しやすい	5 名

(3) 農産物に求めるものについて

①安全・安心 ・生産者が明らかである（名前や顔写真付きの野菜など） ・地元で生産されたものである ・無農薬・無化学肥料の有機栽培である	53 名
②価格の安さ	34 名
③安定供給 例) 不作時でも安定して農産物が手に入る など	16 名
④その他 ・生産者の顔が見えると安心。地元産が一番 ・少し曲がった物や形の悪い物でも構わない ・露地野菜の産地、出荷者の表示希望 ・農薬や肥料は必要最低限で ・いつ採れたものか収穫日が知りたい ・こだわって作ったポイントを知りたい ・価格に不満。直売所の出来たての頃は 100 円均一的なところがあったが、最近ではスーパーより高いことがあるのは残念	5 名

(2) こども食堂へのインタビュー調査分析

① 昭和こども食堂を実際に訪れてみて

11月13日に栃木県宇都宮市昭和にある「昭和こども食堂」を訪れて代表であるO氏に詳しい話を伺った。まず、昭和こども食堂は一般社団法人栃木県若年者機構が運営している食堂である。2階が昭和こども食堂であり、1階ではこどもの学習を支援する学習教室も運営されていた。どちらも毎週月曜日に開かれており、私たちが訪れた時もたくさんのこどもたちと利用客でにぎわっていた。

代表のO氏が「こども食堂というと普通の生活が貧しいからその子たちのための食堂と勘違いされやすい。家庭に何らかの問題があり満足に食事がとれなかったり、食卓を囲んで食べる習慣がない子供たちに場と人にあふれた空間を提供してあげたい。」と語ってくれた。また、「子供たちが抱えている問題は複雑で簡単に解決するのは難しいことだから親御さんに代わって面倒をみていくことで抱えている問題が少しでも軽くなるように私たちは頑張りたい。何度も遊びに来てもらえるように食堂だけでなく一つの部屋をキッズルームとして遊具で遊ぶ部屋を設けて楽しんでもらいたい。私達大人は遊びに来てくれた子供たちが元気に成長していく姿を陰ながら応援する言わば将来の投資ですかね。」とも言っていた。

こども食堂で提供する食事は農家さんからのいただきものを使ってボランティアの方々が工夫をこらして作っていた。食材を提供してくれる農家さんは直接農家さんに余ったものをもらえないか交渉していたが、こども食堂を開設して一年たった今では利用客の知り合いの農家さんが事情を知り、取りに来てくれれば材料を渡せるという農家さんが増えてきた。O氏は「食材提供の連絡をもらうことは嬉しいが場所が遠かったり、業務との関係で受け取ることができないこともある。お米をもらう時も新米が採れた時に余っている古米をいただくことがあるがこども食堂に保管するスペースがないので何度か断ってしまった。ありがたい悩みではあるが何かいい方法でもっと子供たちに美味しい食事を提供したい。」と語ってくれた。

② 他の事例に学ぶこども食堂と支援システム

近年、全国でもこども食堂の数は増えており今では約300団体ものこども食堂が運営されている。栃木県でも数は徐々に増えており、現在約15団体が運営している。11月15日には、小山市にこども食堂がオープンした。NPO法人である笑光がこども食堂の設立を手掛け、小山市にある交流センターの調理室を有効活用して設立した。こども食堂で提供する野菜は道の駅思川が商品入れ替え時の回収・廃棄となった野菜を鮮度が保たれている食材を無償提供する「フードバンク」事業を取り組みの一環でこども食堂の材料が提供される仕組みがあった。

③ おわりに

宇都宮市民が望む、あるいは必要とする食を実現するフードシステムを提案するのが、今回のプロジェクトの目的であるが、こども食堂を取り巻く状況は、市民が必要とする、新しいフードシステムを考える際に多くの示唆があった。こども食堂で見えてきているいくつかの課題が解決できれば、宇都宮市民の食をとりまく多くの問題の解決に結びつくのではないかと思われた。こうした問題の解決に結びつくフードシステムが実現できれば、食の問題だけでなく、こどもの将来を応援する形にもつながる。地域の問題を解決するローカルフードシステムの持つ可能性とその必要性が痛感された。

5 まとめ -食に関わる課題と施策事業への提案-

以上が、これまで実施した調査の分析結果である。その中から以下のような食に関わる課題が明らかになったといえる。

①食に関わる地域の課題

まず、宇都宮市民が食べている（購入している）野菜の産地は、宇都宮市と隣接の5市町（芳賀町、市貝町、茂木町、上三川町、下野市）が特に多い結果となった。この範囲が、宇都宮市民の地産地消の地域の範囲＝フードシェッドであると言える。購入量の多かった上位7品目について、宇都宮市内とフードシェッド内の農産物の割合を計算すると、順に48%と60%となり、統計

上算出されている宇都宮市の食料自給率 25%と比べると、いずれも上回っており、地元産野菜の購入割合が多いことが理解できた。

また、消費者へのアンケート調査から、食へのこだわりという面から、やはり地元産へのニーズが強いことがわかる。直売所では、生産者の名前や生産方法がわかることで、安全安心を確保できることのメリットが挙げられており、もっと身近な場所に直売所が増えてほしいなどの要望もあった。

そうした市民の地元産農産物のニーズが明らかである一方、地産地消推進店の調査では、地元産農産物が十分に供給されているとはいえ、地産地消の取り組みも、小売店の店舗によって様々であった。その理由としては、推進店の認定基準が明確でないこと、それゆえに地産地消を推進するインセンティブが、販売店側にも、消費者側にも働きにくくなっていることが指摘できる。従って、地産地消コーナーを他の野菜売り場と区別して設けることや、フードシェッド内で生産された農産物を 50%以上扱うこと、生産者や生産方法のわかる農産物を 50%以上取り扱うこと、などが認定基準として考えられる。そうした基準を設けることにより、安全安心やこだわりの農産物を必要とする消費者のニーズをつかむことができ、推進店に認定されることがある種のブランド化となり、市場競争力をもたらすような取り組みに結びつけることが期待できる。

近年の全国的に取り組むが増えていることで注目されていることも食堂へのインタビューからは、相対的貧困ゆえの問題の把握の難しさが明らかになり、地域単位の身近ゆえに潜在的な問題にも手を差し伸べられる取り組みの必要性が痛感された。同時に、こども食堂に集まる無償の農産物やボランティアの力が意外に多くあることも明らかになった。従って、地域で住民たちの余った労力を見える化することによる活用と、余剰農産物をうまく流通させる工夫で、地域の問題解決に結びつけることが必要である。

②「地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム」

こうした課題の解決が可能なローカルフードシステムを提案したい。タイトルは、「地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム」である。イメージ像は、図 3 に示している。このふれあい食堂のポイントは、地産地消推進店との食材の供給連携であり、そこに市民の余剰の労力と時間を活用して運営や調理にかかわる仕組みをつくることで、食堂を成り立たせる。全国にはコンビニ数の 3 倍の神社や寺が存在すると言われており、地域の拠点として神社や寺のパブリックスペースを利用することで、市民にとって非常に身近な取り組みにすることが期待できる。その食堂は、こども食堂に通う食事を十分に取れない子どもたちはもちろんのこと、独居老人や、単身赴任のサラリーマン、子育て中の働くママなど地域の人が利用し、地域のふれあいの温かさと食の豊かさを実感できる食堂を目指す。もちろん、利用料金にも工夫をすることで、経済的な問題の解決も目指す。運営や調理などは、地域のボランティアを募る。また、年に数回は、地域のレストランのシェフが調理することもある。食材は地域で生産された農産物であるため、新鮮で豊富で栄養価が高い。そうした食材に地域の人たちによる顔の見える関係の中で調理された食事はお腹も心も満たしてくれるものと思う。ボランティアは完全に無償ではなく、ボランティアで参加した分 UP カード (Utsunomiya Point カード) のポイントが貯まる仕組みとする。そのポイントは、推進店で利用できる。ボランティア実績が増えるとポイントが貯まり、推進店で割引率も高まるメリットが生まれる。つまり、地域活動にコミットすればするほど、地産地消推進店をお得に利用できる仕組みである。こうしたポイントは、ふれあい食堂のみならず、農家での援農ボランティアや推進店での手伝い、また推進店からふれあい食堂への農産物の運搬にかかわることで貯まる仕組みとする。推進店は、前述したような基準を設け、それを満たした小売店舗が認定される。さらに、地域活動が盛んになるにつれ、推進店の利用が期待できる。推進店が良い店として選ばれば選ばれるほど、地域活動が盛んになり、また、地域活動が盛んになるほど、推進店の利用が進み、推進店が栄えるという相乗効果が期待できる。

提案した「地域の人と食が集まるふれあい食堂を実現させるローカルフードシステム」では、相対的貧困、乏しい食生活、社会的孤立、働きすぎによるストレス、老後の居場所などの問題を解消し、地域の余剰労力の活用により人々にやりがいを実感できる労働の喜びを与えることがで

きる。また、地域の余剰農産物の活用、援農による市民と農業とのつながりができることで、農家の労働力不足の助けにもなり、地域の農業が、農産物だけでなく、地域の働く場所として認識される効果も期待できる。このようにふれあい食堂をめぐるローカルフードシステムは、都市も農村も含めた地域の様々な問題にアプローチでき、持続的な食と農の関わりを可能とするシステムとして提案できる。



図3 地域の人と食が集まるふれあい食堂