

福島県中通り地方の農村女性が続ける農産加工 —郡山産のうるち米ともち米を使った6次化—

滝波章弘

I はじめに

「6次産業化」という概念がある。第1次産業×第2次産業×第3次産業＝第6次産業で、農家が農産物の生産だけでなく、加工や販売まで行なうことを意味し、その目的は農家収入を増やす点にある。6次産業化は、農水省が中心となって制度作りや支援・補助政策を進めている。

似たような概念として、「農商工連携」というものもある。文字どおり農業と商業と工業が連携して、地域を活性化することを意味する。ただし、そもそもは地域の中小企業を応援する意味合いが強く、経産省が中心となって制度作りや支援・補助政策を進めている。

本稿では、狭義の「6次産業化」と「農商工連携」を合わせて、広義に「6次化」と呼んでおく。そして、6次化によって消費者に提供される商品を「6次化商品」と呼んでおく。

一般に6次化商品と言えば果物が多いが、米はどうだろうか。日本の主食である米は、実質自給率100%を誇りながら、6次化商品として店頭に並んだり、直販リストに載ったりすることは少ない。それだけでなく、稲作農家や中小企業が米を6次化に用いることも、果物・野菜・畜産物に比べて多くはない。米の消費拡大には、米を使った6次化商品を充実させ、かつ地域で米の6次化を積極化することが必要なのではないだろうか。

そこで本稿では、2011年の大震災による風評被害と2011年以前から続くブランド力不足に悩む福島県中通り中部の郡山市と田村市を対象に、人々が地元産米をどのように加工・販売しているのか、そこにどういった意義と課題を見出せるのかを考えてみたい。6次化では、農産加工だけでなく、農産物直売所、農家民宿・レストランも含め、女性の役割が大きく、いろいろ注目されている(例えば、鶴 2005; 澤野 2006; 吉野 2015; 細谷 2016 など)。本稿でも、郡山市の農家女性(農家に暮らす女性)と田村市の農村女性(農村に暮らす女性)を取り上げたい。

II 米の6次化商品

米を使った6次化商品に地域的な差異はあるだろうか。まず、東北地方で開発された米の6次化商品を、農水省の認定事業の他、経産省のチャレンジ事例集、農水省の取組事例集や商品事例集の計6点の資料から把握してみる(第1表)。

農商工連携144事業者の13%に当たる19事業者、6次産業化368事業者の23%に当たる86事業者が米を扱っている。米の加工は、農商工連携よりも6次産業化で進んでいる。県別に見ると、青森県では米の6次化商品が少ないが、その理由はリンゴやニンニクといった果実・野菜を用いた6次化商品が多いからだろう。福島県については、農商工連携が東北で最も多く、6次産業化が東北で最も少ない。これは、福島県では農業が工業や商業まで手掛ける6次産業化よりも、農業と工業と商業が協力する農商工連携の方が盛んだからだろう。商品単位で見える特徴もある。福島県は、東北の他県に比べて、農商工連携では新しいタイプの米関連商品が多く、6次産業化では伝統的な米関連商品が多い。

次に、福島県内に絞り、上記資料6点に加えて、県作成の6次化商品カタログをもとに、より詳しく米の6次化商品を調べたい。このカタログは、認定事業の採択事業者以外の6次化商品も載せているので、県内の6次化傾向を掴むのに適している。とくに郡山の特徴を知るには、県内他地域との比較が欠かせない。県内で米加工のタイプに差があるかどうかを探るため、6次化商品を手掛ける56事業者の60商品を、米加工のタイプ別に地図へ落とししてみた(第1図)。

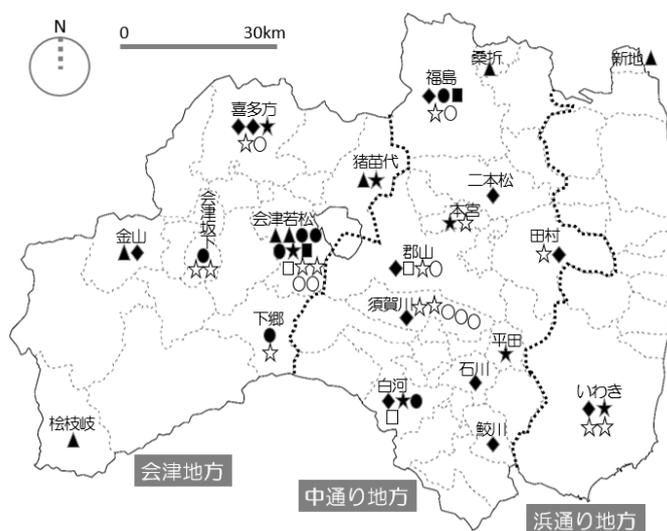
会津は6次化が盛んで、伝統的なタイプの米の6次化商品が多い。中通りやいわきは商工業が発達しているので、新しいタイプの米の6次化商品が多い。ところが郡山は、米生産量の多さの割に、6次化が進んでいない。今後も米消費が減ると予想される以上、伝統的か、新タイプかは別として、地元産米のブランド力を高める商品作りが重要になるだろう。

第1表 米を使った東北地方の6次化商品の傾向

		味噌	酒	餅	米菓	ご飯類	新パッケージ	飼料・燃料	米粉製品	新加工品	米を使う事業者数	総事業者数
農商工連携	青森県					1					1	21
	岩手県							1	1		2	16
	秋田県		2			2	3		2		9	23
	宮城県		3		1	1	1		1		7	25
	山形県				2		1			1	4	29
福島県		2					1			3	6	30
6次産業化	青森県			1		1		2	2	1	7	70
	岩手県	1	1		2	2	2		5	1	14	52
	秋田県	2		1	1	2	3		4	2	15	60
	宮城県	1		4	1	5	5		6		22	75
	山形県				1	1	1	1	5	2	11	65
	福島県	3	3	3	1	3			4		17	46

注) 農商工連携は「農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業 (62 事業)」（農水省東北農政局, 2015 年 7 月）, 「東北地方の農商工連携等チャレンジ事例集 (82 事例)」（経産省東北経済産業局, 2011 年 10 月）, 6 次産業化は「六次産業化・地産地消法認定事業 (332 事業)」（農水省東北農政局, 2015 年 9 月）, 「6 次産業化の商品事例集 (341 事例)」（農水省食料産業局, 2015 年 5 月）, 「6 次産業化の取り組み事例集 (100 事例)」（農水省総合食料局, 2011 年 4 月）, 「6 次産業化の取り組み事例集 (123 事例)」（農水省生産局, 2010 年 6 月）から, 米を使った 6 次化商品を手掛ける事業者数 (重複はごく僅か) を加工の種類別に分けた。

注) 「餅」は餅・団子, 「米菓」は煎餅・おかき, 「ご飯類」は寿司・おにぎり・おこわ・弁当・農家レストランの商品, 「新パッケージ」はレトルト食品・デザイン重視のパッケージ・付加価値の高い精米, 「飼料・燃料」は粃ガラ・稲ワラ製品, 「新加工品」は, 米油・米ジャム・米ドリンク・米のピューレなどの新商品を指し, 米粉パン, 米粉ケーキなどの一般的な「米粉製品」と区別した。左側が伝統的な商品, 右側が新開発の商品になるように並べた。



第1図 米を使った福島県の6次化商品の分布

注) ▲味噌, ◆酒, ●餅, ★米菓, ■ご飯類 (以上伝統的なタイプ), □新パッケージ, ☆米粉製品, ○新加工品 (以上新しいタイプ)。なお, 56 事業者中 4 事業者は, 2 商品あるので, 6 次化商品の合計は 60 になる。

Ⅲ 農村女性の起業と6次化

1. 東北地方の6次化

2010 年から農水省は, 「6 次産業化総合調査」を毎年実施し, 農業生産関連事業の従事者数や販売金額などを公表するようになった。全国と東北, および東北 6 県を比べ, 農業生産関連事業への取り組みの

違い, あるいは農産加工, 農産物直売所, 観光農園, 農家民宿, 農家レストランといった部門別の違いがあるか調べてみたい (第 2 表)。

全国と比べ, 東北の 6 次化はやや遅れている。東北 6 県では, 総合的に山形県が盛んで, 農家民宿以外は全国平均を上回る。また, 部門別には農産物直売所と観光農園で山形県が, 農家民宿で青森県が,

第2表 東北6県の6次化事業の比較

	販売農家1万戸当たりの農業生産関連事業を行なう事業体数						全販売農家数
	農産加工	農産物直売所	観光農園	農家民宿	農家レストラン	合計	
青森	227	144	48	40	5	412	37,400
岩手	169	102	15	10	13	309	47,900
宮城	137	115	17	2	17	288	41,000
秋田	200	103	17	10	10	339	41,600
山形	231	228	114	8	14	592	35,100
福島	197	103	26	21	12	358	58,300
東北	192	119	36	15	12	374	261,700
全国	211	163	60	14	11	460	1,451,700

注) 農水省の2013年度「6次化総合調査」に基づき、販売農家1万戸当たりの農業生産関連事業(6次化)を行なう事業体数を計算。全販売農家数は農水省の2013年度「農業構造動態調査」による。

注) 農水省の2013年度「6次化総合調査」に基づき、販売農家1万戸当たりの農業生産関連事業(6次化)を行なう事業体数を計算。全販売農家数は農水省の2013年度「農業構造動態調査」による。

農家レストランで宮城県が比較的盛んと言える。販売農家数で東北最多の福島県は、総合的にも部門別にも東北の平均に位置する。

6次化を探る資料として、農商工連携と6次産業化に対する補助事業数もある。農商工連携に関しては、2008年に始まった「農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業計画」(以下「農商工連携事業」)、6次産業化に関しては、2011年に始まった「六次産業化・地産地消法に基づく事業計画」(以下「6次産業化事業」)が挙げられる。

各事業計画で採択された事業者数に注目すると、東北6県での「農商工連携事業」と「6次産業化事業」の地域差が見える。すなわち、「農商工連携事業」は、福島県14例、山形県13例、秋田県10例、青森県10例、宮城県9例、岩手県6例で、「6次産業化事業」は、宮城県66例、青森県65例、山形県60例、秋田県52例、岩手県48例、福島県41例となっている。つまり福島県では、農業従事者が加工や販売まで行なうよりも、農業従事者が加工業者と販売業者と協力する方法を選ぶ傾向が強い。これは、次に示す福島県の方針とも重なる。

2. 県中農林事務所と市農林部の支援

福島県の6次化方針は、2010年3月策定の「ふくしま・地域産業6次化戦略」と2015年1月策定の「新ふくしま地域産業6次化戦略」に示されているので、それを参照したい。また、郡山市麓山にある福島県県中農林事務所(以下、「県中事務所」、「県中」とも記す)で、2015年8月27日に、地域農林企画課の長井美波主事から県の6次化方針の説明を受けたので、それも紹介したい。

地域の農家が主体となって、加工や販売まで活動を広げるのが6次産業化で、その一つに農商工連携があるというのが国の考え方だが、福島県では、6次化商品を作るには農商工連携が欠かせないという考え方を重視している。長井さんも、「福島県の6次化の定義というのは、農家さんが自分の所で作ったものを加工することだけでなく、国で言う農商工連携を含めて、県としては「6次化」と言いたまうという形」になっていると述べる。

しかし、震災を受けて、2010年策定と2015年策定の6次化戦略には違いが生じた(第3表)。すなわち、新しい6次化戦略では、地域の活性化だけでなく、経済的な復興、売れる新商品の開発、安心なふるさとの創出が重視されている。

「地域産業6次化」にも変更が見られる。2010年策定の戦略では、異なる産業間の連携がテーマだったが、2015年策定の戦略では農産加工、観光への波及、海外販路の開拓も記され、幅が広がった。背景には、震災復興だけでなく、TPPの危惧への対応、サービス多様化が求められる少子高齢化時代の到来、そしてユネスコ無形文化遺産に登録された和食への海外での関心の高まりがある。

それでは、福島県が考える6次化商品はどのようなものか。長井さんの話では、県内産の材料を一部でも使えばよく、県内産の割合に「明確な定義はないが、一般的には半分ぐらい」という。しかし実際は、半分以下と思われるものも含まれている¹⁾。

県中事務所の役割として、管轄する県中地域²⁾での6次化支援がある。技術面では、会津若松市の一箕町にある福島県産加工支援センターを紹介している。希望者は、そこで加工品の技術指導や数値計測

第3表 福島県の6次化戦略

<p>「ふくしま・地域産業6次化戦略」 (2010～2014年度)</p>	<p>本県の豊かな農林水産資源を基盤として、農林水産業の6次産業化や農商工連携などの動きを進展させ、農林水産業と食品加工業や観光産業との連携を推進するなど、これまでの枠組みを超えた異業種や産学民官などの多様な主体が連携・融合した新たな地域産業を創出する幅広い取組みを、「地域産業6次化」と定義し、これらの取組みを戦略的に推進することで、地域の活性化につなげていく指針として、本戦略を策定しました。</p>
<p>「新ふくしま地域産業6次化戦略」 (2015～2020年度)</p>	<p>(ここまでは2010年と実質同じ)ところが、平成23年3月に発生した東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故により、本県の地域産業は厳しい状況に置かれることになりました。とりわけ農林水産資源を基盤とする地域産業6次化に関連する産業分野は、十分に安全性が確保された商品であっても買い控えが起きるなどの風評等が続き、今なお甚大な影響を被っています。このような状況下において、農林漁業者と異業種(2次、3次産業)との相互参入の一層の促進や、「売れる」新商品・新サービスの創出支援の強化など地域産業6次化の取組の充実・強化により、農林水産業を基盤とする産業分野の復興を遂げるとともに、所得の増加や雇用機会の創出などを実現し、次の世代が安心して暮らし続けられる「ふるさと」を創りあげていく必要があります。</p>

注) 『ふくしま・地域産業6次化戦略』(2010年)と『新ふくしま地域産業6次化戦略』(2015年)から。

を受けられる。また、西白河郡矢吹町にある農業短期大学校で加工研修がある場合は、情報提供もしている³⁾。財政面では、県庁から随時来る補助金のチラシを渡している。販売面では、希望者にイベント情報を教えている。戦略面では、「ふくしま6次化創業塾」をはじめとするセミナーの案内や、イノベーターの派遣制度などがあるので、専門家を紹介し、指導を受けるようにアドバイスしている。

6次化に取り組む事業者の情報収集も、県中事務所の仕事になっている。県中では、相談に来た人、あるいはイベントに参加した人に、「地域産業6次化ネットワーク」を案内して、そこへの登録を求めている。2015年時点の登録事業者は300弱で、企業名、担当者名、連絡先、事業の概要、会社のニーズとシーズ⁴⁾、農業・製造業・販売業・行政関係の区分などが記載されている。ちなみに、事業者がネットワークに登録しても、その後に連絡が途絶えれば、情報は古いままとなり、データの有効性は薄れるという。

ネットワーク会員には、野菜や果実や食肉を使った加工品を作る事業者が多く、米を加工する事業者は少ない。県中として、その理由をまとめた報告書はないが、長井さんは、米を用いた6次化の意志があっても、加工場確保や設備投資が難しいからではないか、と推測する。

県だけでなく、市にも6次化を支援する体制がある。郡山市役所農林部で、2015年8月24日、園芸畜産振興課6次化推進係長の若徳豊さんから、6次化の支援と推進の実情について聞く機会があった。とくに市が企画しているのは、地域の農産物を

使って何が作れるかを議論する地区内ワークショップで、ほぼ市内の各地区を一巡したという。

ワークショップには生産者、商工業者、行政担当者が参加するので、地区にとって、どのような形の6次化が望ましいかを考える場になっている。例えば、農家が商工業者からノウハウを得て、製造・加工・販売まですべてを行なう形でもいいし、製造・加工や流通・販売は専門業者に任せ、農家は生産に重心を置き、原料の供給で6次化に寄与する形でもいい。

しかし若徳さんには、個人的な意見と断りつつ、6次化の目的は、製品を作ることだけではなく、自慢の農産物で地域づくりを行ない、町をプラスの方向へ変えることでもあると話す。そうすると、地域と密着するだけに、女性の存在は大きい。農村女性の起業は、食と農業を結び付けやすい分野として、地域の6次化への貢献が期待されているし⁵⁾、経営や行動での農村女性の自主性を高め、地域を活性化する役割が評価されている⁶⁾。

農水省の農村女性起業に関する調査⁷⁾を見てみよう。経営形態は、個人経営が増えつつあり、概して東北・関東・九州・沖縄は個人経営が多く、北海道・北陸・東海・近畿・中国・四国はグループ経営が多い。活動内容は農産加工が最も多く、直売所が次ぐ。ただし、直売所では、農産加工品を販売することが多く、調査への回答でも、今後拡大・展開していきたい分野は食品加工が1位で、生産物・加工品の販売の1.5倍になっている。やはり農産加工は、農村女性の起業の基本であり、本稿も農産加工に焦点を当てる。以下、女性農村グループの事例として、平地部

で米づくりが盛んな郡山市日和田にある「花かつみ農産加工」と、山間部で畑作が盛んな田村市船引にある「ママリン食彩工房」を取り上げる。

IV 日和田の花かつみ農産加工

1. 加工所の経緯と方針

花かつみ農産加工グループは、日和田町宮下の農家である石澤孝子さん、入部紀代子さん、高野文恵さんの3人が組む農産加工業で、1997年の結成から、米を中心とした加工品を作り、直売所に出してきた（第2図）。加工所設立の経緯と仕事上の方針が、東北活性化センターの報告⁸⁾や郡山市農業委員会の記事⁹⁾に書かれているので、そこから要約してみる。



第2図 花かつみ農産加工の加工所の建物と内部
注) 上の写真は加工所の建物と看板。下の写真の奥、部屋の角の少し左側に見えるのが杵つき機。

1994年、農産加工技術の普及と工場を目的として、郡山市逢瀬町に農産加工センターが設立された。代表の石澤さんは、そこで2年間、味噌や漬物などの加工技術を学び、農産加工の資格を取得した。初めは加工技術を教えていたが、実際に農産加工の仕事

に携わりたいと考え、集落の仲間と加工所を開いた。年間売上額は約1,000万円で、地元の食材を使うこと、商品の質を落とさないこと、損もしないが儲けにも走らないこと、を方針としている。もう一つ、仕事を継続していく上で、クレームには誠意を持って対応し、クレームの原因を、他人任せではなく、自分達自身で探し出して解決することも心掛けている。とくに、「ピンチはチャンス」、「苦情には改善のためのヒントがある」と考えている。

日和田町西中島にある花かつみの加工所では、2013年9月4日に仕事の一部を見せて戴きながら話を伺った。また、2017年3月18日に再訪して話を聞いたが、その時は石澤さんの娘さんがメンバーとして入っていた。石澤さんは高野さんを「ふみちゃん」、石澤さんと高野さんは入部さんを「きよちゃん」と呼び、チームワークはいい。石澤さんの娘さんは「チカちゃん」と呼ばれるが、2016年5月から始めたので、まだ仕事には慣れていない。

2. 原材料と加工作業

花かつみが最初に着手したのは、杵つき餅だった（第2図）。餅なら自分達でも簡単に作れるし、「杵つき」にすれば、一般の餅とは違うものを提供できると考えたからだ。実際、農家が農産加工で餅製品を手掛ける理由には、冬季の仕事確保や、家庭で作らなくなった餅の提供という目的だけでなく、専門知識が不要という手軽さがある¹⁰⁾。なお、「杵つき」といっても、機械を用いるが、練り出すタイプではなく、手のようにつくタイプであれば、商品に「杵つき」と表示できる¹¹⁾。

毎年1つずつ新商品を作るという方針で、次の年は味噌、その次の年はサゴハチ、さらに打ち豆、炒り豆と増やしていった。味噌は、「良い色だよ、私らの味噌は。（直売所に）並んでね」（石澤さん）、「結構我々のお味噌が美味しいんだよ」（高野さん）ということで、餅と並び、中心商品になっている。味噌は最低6か月を過ぎないと色が出ないし、味も深まらないので、定期的を作り、味が劣化しない1年以内で売り切るようにしている。

サゴハチは、塩3、麴5、米8の割合に由来するサゴハチ漬け用の漬床のことで、糠漬けの糠床のようにキュウリやニンジンなど何でも漬けられるが、花かつみでは塩の割合を2.5にしている。打ち豆は、大豆を潰して乾燥させた保存食で、北国や雪国に多い。打ち豆やきな粉の原料にする大豆は、緑色の「青ばた大豆」で、きな粉も「青ばたきな粉」となる。

他に、弁当用にパック詰めした赤飯・おこわ、ラップで包んだ梅干し・赤飯・おこわのおにぎりも商品にしている。時候に合わせてものもある。一月は御供え、三月の雛祭りはあられ、五月の節分は恵方巻、夏は月見団子などを直売所に出す。



第3図 「花かつみ」の商品

注) 上は加工所で真空パックされた杵つき餅, 下は農産物直売所ベレッシュに並ぶ豆餅, ごま餅, シソ餅.

主力商品の餅は、白餅、豆餅、草餅、ごま餅、きび餅、シソ餅、モロヘイヤ餅の7種類を作っていたが(第3図)、売れないので、最初にきび餅が、次にモロヘイヤ餅が消え、代わりに玄米餅、あんこ餅、きなこ餅が入った。草餅のヨモギは近くで集めていたが、原発事故後2年間中断し、2013年に少し試したが、線量が出なかった。豆餅は、暑い年には傷みが激しいので作らない。彩り的には、白餅、草餅、豆餅が良いという。また、白餅、豆餅、ごま餅などは、真空パック入りも出している。白餅のシールにウサギが描かれているのは、「杵つき」ということで「お月さま」からの発想らしい(第3図)。真空パックの餅は日持ちするので、遠方の知人に贈る人に好まれ、トレーに載った餅はそのまま食べられるので

毎日売れる。

仕事は月水金土日の週五日で、以前しなかった日曜も働くようになった。仕事の日朝5時から赤飯・おこわ・餅用にモチ米を蒸(ふか)し始める。そしてご飯を炊く。赤飯やおこわをパックに詰め、各種の餅を作ると、7時を過ぎる。残ったご飯をおにぎりにして食べ、車で直売所への配達に出る。1人が市内にある全農福島の愛情館とJA旬の庭久留米店を回り、もう1人が郊外にあるJA旬の庭大槻店と企業系直売所のベレッシュを回る。2人が配達から戻るのは9時頃で、それまでに残りの1人が加工所を片付けておく。4つの直売所には同じものを出す。値段は崩さない。値札や生産者や賞味期限を書いたシール張りも出荷前に加工場で行なう。「自分の品物に自信を持っていないと、(シールは)貼れない」と石澤さんは話す。「自信」というのは、加工所で話を聞く間、何度も繰り返された言葉だった。

仕事の分担は徹底している。生活研究グループの中心で、県にも顔が広い石澤さんは、加工場立ち上げ前から代表と決まっていた。副代表は入部さんで、力持ちのため、30kgの米袋を苦もなく担ぐ。高野さんは、高校を出てから事務職だったので、会計を担当している。仕事は流れ作業になっている。1人が餅つき機を扱い、出来あがったら、2人で伸(の)して、また次の餅をつく。商品の計量、袋詰め、シール貼りも、決まった手順で進む。「あうんの呼吸」(高野さん)だ。1人でも欠けると仕事が倍増するので、3人揃わなければいけない。

加工所では立ち仕事だが、座った作業よりも体が丈夫になるし、季節によっては、朝4時半に来て、8時半には家へ戻り、田植えをするなど、加工所と農作業を両立させていると、だんだん元気になり、休まずに働けるようになったという。また、加工所は蒸気が充満しているので、風邪も引かないらしい。石澤さんも、入部さんも、高野さんも、「健康だね」、「ここでやっている元気」と口を揃える。働くことの意義を聞くと、石澤さんは「働いていることで、家庭でも認められることが大きいのかな」、入部さんは「70才も越えて働いているというのは、普通の会社だったら使ってもらえない」、高野さんは「働いて現金を得ているというのが、自由が得られる。自分の部署があるので、自信持ってやれる」と語る。

2016年5月からは4人体制に変わった。そして、仕事を週6日に増やし、火曜だけ休みにした。1人が3日働き1日休むという3人ずつのローテーションだが、手間の掛かる味噌作りの日は4人体制にし、

冠婚葬祭などで大量の注文が入った時は後から1人来てもらう。

新しく入った石澤さんの娘さんは若いので、後継者として期待されているが、仕事の手順を覚えるのが難しく、「味噌作りだと、工程が何個かに分かれています、それが流れるように持っていかなきゃいけないんですよ。でも、全然一つ一つの工程が分かっていないので、付いていけないです」と話す。味噌作りでは、最初に豆をザルで洗い、圧力釜に入れて、お湯を注ぎ、火を点ける。点火は、種火を持ってきて、圧力釜のガスに付ける方式だが、それに戸惑うそうだ。石澤さんは「たいしたことないけど、慣れないと、“なんとなく気持ちわりい”って言うんだよね。だから、私ばかり点けてるけど」と話し、石部さんも「中でボンっていうからね」と付け加える。「気持ちわりい」というのは、ガスの音が不気味ということらしい。豆を圧力釜で煮ると、温度が上がり蒸気が出る。そうすると12分間圧力を保つ。ただし6分後に細火にして、次の6分で消す。高野さんは「その工程がチカちゃんにはまだ分からない」と言う。石澤さんが「(圧力釜の) 圧を抜くには、どこをどうやって抜くのか分かんないよね」と問うと、娘さんは「水掛けるんですよ」と答えるので、石澤さんと高野さんが同時に「水掛けないよ!」と言う。危険防止のため、圧力レバーを抜いてから、水を出し、その後で釜から豆を取り出さなければならない。取り出した豆は、中央の作業台に広げて冷ます。冷ます時間は、豆の乾き具合で決まる。冷めたら、塩を加え攪拌し、麴を入れまた攪拌する。麴を作るには¹²⁾、ウルチ米を蒸して、人肌まで冷まし、そこに麴菌を掛けて、3日置く。そして、豆が乾いた時に使えるように、塩とともに麴の量を測っておく。石澤さんの娘さんは「茹であがるまでにいろんな作業がある」と言って、困った様子を見せる。

花かつみは、米を主とする農産加工で、餅・赤飯・おこわには〈ごがねもち〉を、おにぎり・団子には〈コシヒカリ〉を使う。季節や注文状況でも異なるが、〈ごがねもち〉は1日13~14kg、〈コシヒカリ〉は1日1~2kg要る。〈ごがねもち〉は高野さんの家から80%、石澤さんの家から20%の割合で出し、〈コシヒカリ〉は石澤さんの家で100%出している¹³⁾。高野さんの家は、農協に出す分と自家消費分や親戚へ送る分で精一杯なので、〈コシヒカリ〉を加工場に入れる余裕がない。なお、麴にする米だけは、自家生産米ではもったいないし、味噌の量も多いので、全農福島から〈コシヒカリ〉の「二番米」を買って

いる。「二番米」とは、粒径選別機で二番目に出てくる米のことだそうで、いわゆる「中米」に当たる。

加工場の敷地は、JA日和田、JA郡山市、JA福島さくら、と変遷してきた農協から借りているが、地代は変わっていない。最初の投資額は大きく、750万円が県の助成金、250万円が市の助成金、250万円は事業主体の出費だったが、それでも足りず、家族に連帯保証人になってもらい、200万円借りた。借りた分は10年で返し終わったが、その頃から、機械が故障し始め、修理代がかさむようになった。

加工設備は、保冷库、洗米機、炊飯器、杵つき機、圧力釜などが揃っている。モチ米もウルチ米も玄米で保存し、必要に応じて精米する。餅・赤飯・おこわ・おにぎり用の米は、白くつかなければいけないので、宮下地区の農機屋が建てた新しいコイン式精米機で精米している。加工場の隣にJAのコイン式精米機があるが、機械が古く、以前お正月の餅用に精米した時、糠が残っていて、黒くなったことがあるので、そこでは、色が付いても構わない麴用の米だけを精米している。

3. 直売所での売り方

花かつみの主な出荷先は、全農福島の愛情館、JA旬の庭・大槻店&久留米店、そしてベレッシュの4ヶ所の直売所だが、市内のイベントに出したり、東京にある県のアンテナショップにも送る。それ以外では、個人注文が入った際に対応する。直売所に出すと、20.5%の手数料を取られるので、個人に直接売った方が、価格は安くても、儲けは多い。しかし、花かつみが売り歩くわけにはいかないので、直売所に頼んでいる。直売所で売れない時は、売れない理由を考える。例えば、青ばたきな粉を400円で売っていたが、分量を半分に、値段も半額にしたら、400円の袋も、200円の袋も売れるようになった。価格設定は大事だという。

加工品は、無駄を出さないよう、売れ切れる程度の量を直売所へ持ち込む。しかし、直売所からは多い方がいいと言われる。それでも、入部さんは「お店にしては、残ったって、一杯並んでいれば、お客様が(喜ぶ)」、高野さんは「直売所は売れちゃうと、ガラーンとなるでしょ。そういうのを嫌う」、石澤さんは「こっちは売り切れた方がいい」と話す。

直売所からよく求められることに、対面販売がある。以前、旬の庭久留米店で対面販売を「9」の付く日に2度したが、成果はなかった。ベレッシュからも、売り手と買い手が交流できる対面販売を要請さ

れているが、忙しいので断っている。2013年11月26日に話を聞いたベレッシュの本部長は、対面販売に来なくても、「花かつみさんは(...)加工品を作っている農家さんと思っている。(...)よくやっているんじゃないか」と評価する。けれども、ベレッシュとしては、対面販売の方が売れるという立場は崩していない。

花かつみも、「あそこは社長がこだわって、良い物じゃないと入れさせないっていうか。だからみんな緊張して持って来る」とベレッシュを評価する。それでも、対面販売に効果がなかったことは覚えている。ただし、人との交流を拒んでいるわけではない。市役所関係の取材に答えているように¹⁴⁾、近所の人に応援してくれたり、自家生産の大豆を味噌にしてほしいと頼んで来たり、冠婚葬祭に出すおふかしを注文してくれることは大切にしている。加工所には加工所の、直売所には直売所の考えがある。

ところで、2016、2017年頃から、郡山市内の直売所では出店者の数が目立って増えた。石澤さんも、この点は認識していて、「加工してやらないとダメだってこと皆思ってた」と言う。ところが、後からの出店者は前からの出店者より安い価格で商品を出す。長く商品の価格を変えていない花かつみは「自信もあるので、他より高い。例えば、花かつみの餅は杵つきだが、後から出す餅は機械つきで、しかも花かつみを基準にして、量を増やし、価格を下げる。この事態は、石澤さん(T)と高野さん(F)の会話が示すように、困った問題と認識されている。

T: みんな量は多くして、安く出している。
 F: それだけ、自分の首絞めてんだよねって言うのね。
 T: そうだよ。

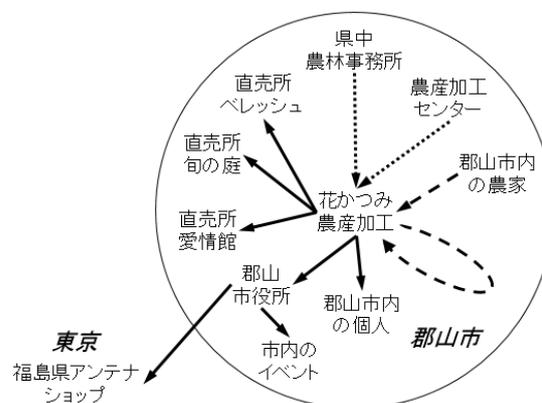
真空パックの餅は、同じ直売所で5人くらいが作っている。あんこ餅やきなこ餅は、加工場を持っていないと製造が認められないが、白餅は構わない。そこで、簡易真空パックにして低価格の白餅を出してくる。花かつみは、多種類の生餅を作っているのので、真空パックを増やせない。愛情館に文句を言ったら、「皆楽しんで作っているのに、加工場がないから餅を出すなどは言えない」と返事されたという。

しかし、会計担当の高野さんによれば、競争相手の増加や低価商品の出現にもかかわらず、花かつみの売り上げは増えているという。その理由として、石澤さんは「みんな花かつみさんには敵わないってことは言う」、高野さんは「花かつみという名前が安

心できる商品みたい」と説明する。そして、次のように言い合う。

F: ここは安心できるって言うもんね。
 T: 今だって、ごまかしはしないで、一生懸命やっつから。味、守って。
 F: 素朴なのがいいのかもね。
 T: そうだよ、あんまり恰好つけないでね。
 F: 味もシンプルだし。

最初からの方針を守り続ける花かつみでは、おにぎりは梅干しだけにする。シャケやタラコといった贅沢な材料を入れると、価格が高くなるし、日々食べるものなので、素朴な方が飽きずに美味しいと考えている。実際、花かつみは農産加工で何度も表彰され、自信を強めている。



第4図 花かつみと地域との繋がり

注) 点線は情報・技術の移動、破線は原材料・農産物の移動、実線は商品・加工品の移動。花かつみでは、自家圃場のウルチ米やモチ米を原料にするので、Uターンの矢印も記載。

花かつみが、どこから材料や情報を入手し、どこへ商品を買っているかを図に示してみた(第4図)。花かつみは郡山市郊外に位置しているために、売り先はほぼ郡山市内で完結しているし、農家であるために、材料の仕入れは自分達自身となっている。全体として、地域での繋がりにはコンパクトと言える。

4. 米粉を使った試み

国が6次化支援に乗り出す10年前から、花かつみは農産加工に取り組んできた。2015年には県中事務所に米粉加工品を作ってほしいと要請してきた。県中は「生活研究グループ」を作っていて、その講師が米粉でスイーツを作らないかということで、花かつみを含め複数の加工グループが参加した¹⁵⁾。花かつみは県の助成金を100万円近く受けて、田中

製粉の工場を見学したり、和菓子屋の平田屋の講習を受けたり、アドバイザーの山田祥子氏から助言を貰ったり、イオン・フェスタで試食アンケートを実施したりと、2015年の1年間準備した。

花かつみが試みたのは、粉餅、ジャガイモ団子、おやき、だった。田中製粉には、ウルチ米を持ち込めば製粉すると言われたが、県の補助金を使って、田中製品の既製米粉を購入した。袋を実際に見せてもらおうと、「LF米粉、福島県産ひとめぼれ、シチュー、天ぷら、パン、洋菓子用」と書かれてあった。

2016年夏に作った粉もちは、「ポツポツ」(高野さん)という感触で、「食べてみると美味しい感じするけど、どうかねえ」(石澤さん)という出来だった。モチ米を蒸かす際に、ウルチ米の粉を上に乗せて一緒に蒸かし、そしてつきこむ。昔の粉ちは、茶色がかったが、今は真っ白で、通常の白餅と見分けがつかないという。粉もちの食感は、「切れるって感じ」(石澤さん)、「年寄なんかは喉に詰まらない」(高野さん)だった。偶然、90歳代の近所のお年寄りから注文があったので、商品にしようと考えて、販売用シールまで作った。しかし、そのお年寄りが1回食べた後に入院したので、それきり注文は無くなった。その後、イベントでもう1度作った。まとめ買いした人がいたので、残りを直売所に出した。売り切れたが、それで終わった。直売所からは、持って来てほしいと言われるが、なかなかその気にならないという。

ジャガイモ団子は、ジャガイモを茹でて潰し、米粉を混ぜて団子状に丸め、油で二度揚げして茶色にしたもので、甘味噌を絡めてパックに詰める。これも販売用シールを作ったが、少し出ただけで終わった。やる気があれば出来るが、普段の工程が立て込んであるので、時間の掛かる割に高い価格が設定できず、利益の出ないジャガイモ団子は、作りにくいらしい。

おやきは、硬くなるのを防ぐため、米粉を少なく、小麦粉を多くし、刻んで味付けした大根葉を中身に入れた。しかし、売っているおやきのようにはいかなかった。作って温かいうちに出せば売れるかもしれないが、店に並べるのは厳しいという。このように米粉製品はあまり物にならず、花かつみは新商品の開発を難しいと感じた。

一方、昔から作っている団子は、自家生産(コシヒカリ)を洗って蒸かし、また洗って蒸かし、杵つき機で付くので、手間は掛かるが美味しい、と石澤さんは自負している。逆に、買って来た米粉で団子

を作れば、匂いの悪いものになるという。

2017年3月に、フルラージュの米粉クッキー¹⁶⁾を手土産に持って行った。評判は良かった。石澤さんは「もなかの皮っていうのがいいよね。感じがね。食べた香りがね」、高野さんは「ふわふわ、さくさく、いいねえ」。入部さんは「おいしい」、石澤さんの娘さんは「今までにないお菓子。やさしい感じ。小さいお子様から、おじいちゃん、おばあちゃんまで、みんな食べられる。これはお土産でも喜ばれそう」という感想だった。農産加工には農産加工の商品があり、洋菓子店には洋菓子店の商品がある。単に米粉を使うのではなく、それぞれの特徴を活かした商品化が好ましいことが分かる。

5. 米作り農家の作業

花かつみの3人の家は、米作り中心の農業を営んでいる。入部さんはほぼ止めたが、高野さんは1町歩、石澤さんは3反歩を作付している。高野さんも、石澤さんも、ウルチ米については、農協へ出す分と、自家飯米用・縁故米用・加工場用の保有米の分がある。農協への供出米は農産物検査を受けるが、保有米はその必要がない。保有米でも不純な粒は除いているので、両者に質の差は無く、単に公的な検査を受けて等級を貰うか、そうでないかの違いにすぎない。モチ米については、農協へは出荷せず、加工場で使う。こうした農家による米の使い方が、「あさか舞」利用の可能性を狭めているが、それは後にして、ここでは米作りについて述べたい。

今日、米の6次化が勧められているように、米作りにも、地域おこしになるような工夫が求められている。花かつみの人達が住む宮下地区でもアイデアはある。2016年3月、40町歩の圃場を集積して、農業組合法人宮下夢ファームを設立した¹⁷⁾。「夢ファーム」という名前に、高野さんは「なーに考えて、そんな名前つけたんだろ」と冷めている。

この農業組合は、2016年秋、刈り取った水田にレンゲを植えた。その水田は、牛の餌用の飼料用稲(WCS用稲)の圃場だった。飼料用稲は、穂が実らない青い段階のうちに、葉や茎まで含めて刈り取る。秋に稲ワラとして鋤き込めず、結果として土壌が痩せる。そのため、レンゲの種を撒く。そして、レンゲの花が咲く春に、緑肥¹⁸⁾として鋤き込む。農事組合では、レンゲの田んぼで採れる以上、その米に良い名前を付けて、地域として売り出せばいい、という話も出たそうだが、石澤さんは「現実的な話でもなんでもない。(…)みんなして集まっただけの

話. そういうのも、いいなあっていう話だけ」というように、本気にしていない。

高野さんが「商品になるっていうのは難しいからね」と言うと、石澤さんは「大変だよね。だから皆、今この辺では、作ったやつは、そこのカントリーさ行っちゃうんだ」と言い足し、再び高野さんが「カントリーに刈った籾を持って行って、その籾の重さで取られるのね。だから結構高いんだ。そうすると、うちに設備が整っている人達はなんとなくね、あれなんだよね」と補足する。地域独自に米を商品化するのには難しいし、乾燥や籾摺りの作業を省けるので、農家は籾のままカントリー¹⁹⁾へ運ぶ。ところが、カントリーの使用料も高いので、乾燥機や籾摺機を保有する農家であれば、必ずしも得にはならない。

石澤さんも、高野さんも、営農組合の分は籾のままカントリーに運び入れる。自分の家で籾摺りするのには、単協に玄米で出荷する分と自宅での保有米の分になっている。高野さんの説明では、カントリーを使うのは単純に簡単だからだ。自分で籾摺りする場合は、籾ガラを放っておけないので、高野さんの家では、田んぼに撒く。カントリーに任せれば、籾ガラの片付け作業が省ける。料金は取られるが、すべての籾を自宅で籾摺りするわけにはいかない。一方、石澤さんの説明では、カントリーを使うのは稲刈り作業の在り方に関係している。刈り取った籾を自宅の乾燥機に入れても、満杯になれば、それ以上は入らない。カントリーに持ち込むなら、夕方遅くまで稲刈りができる。とくに宮下地区はカントリーに近く、運びやすい。

宮下地区の人は、籾摺りで出る籾ガラをどのように処理しているのだろうか。大半の農家では、籾ガラは不要であり、燃やして灰にする人が多く、燻炭にする人は少ない。籾ガラを撒かない場合、秋の稲刈り後、すぐに「うなう（耕起する）」という。父と息子で作業する農家では、父がコンバインで稲刈りし、終わった場所から息子がトラクターで耕起するらしい。しかし、一人で作業する農家は、稲刈りがすべて終わってから、耕起を始めるとのことだ。

高野さんの家では、籾ガラは灰にしたいが、量が多く、燃やす場所がないので、田んぼに撒いている。畑は水分が少なく腐らないので、撒かない²⁰⁾。本格的に腐らせるなら、牛や豚の堆肥と混ぜるが、そこまではしない。田んぼに籾ガラを撒く時期は、10月の稲刈り直後、田んぼが硬いうちが好ましい。そして、11月には田んぼを「うないこむ（耕起する）」掘り起して軟らかくなった圃場は、軽トラが走れな

いので、土が硬い間に、籾ガラを軽トラに載せて撒いていく。土中に入った籾ガラは、春頃に腐食が進み、水の張った夏頃には完全に腐るらしい。

ところで、レンゲの方は、種を手で撒くだけなので、軟らかい田んぼで問題ない。というよりも、8月末に飼料用稲を刈り取り、その後すぐに耕起し、軟らかくなった田んぼにレンゲの種を撒くことが規則になっている。レンゲの種を撒いても、レンゲの芽がしっかり出なければ、レンゲ緑肥の利用とは認められない。天気が良すぎると、乾燥して、種が飛んでいくし、雨が程よく降ることが必要なので、レンゲ撒きも決して易しくはないという。

このように、農家によって、「稲刈り→耕起」と「稲刈り→籾ガラ撒き→耕起」がある。どちらも秋に耕起し、春に再び耕起する。高野さんによれば、1度だと土がほぐれにくいのが、2度行なうと代掻きが楽になる。しかし、石澤さんが言うには、春に長雨が降った時は、仕方なく春の耕起が省略されることもある。なお、昔のお嫁さんは、田んぼに行き、「ああだ、こうだ」と言ったが、今は見に行かないし、とくに営農組合で作業していると、家族はあまり関係しないということだ。

6. 「あさか舞」の可能性

花かつみの加工場では、「あさか舞」のことも聞いてみた。2013年9月のやり取りは、石澤さん (T)、入部さん (K)、高野さん (F)、そして筆者 (A) の会話形式で示したい。時間を置いて2度聞いたので、その部分は1行空けてある。

A: おにぎりは、あさか舞になるコシヒカリですか？

T: そうです。うちで作っている。この辺は昔、安積地方だったから。安積平野。安積高校とか。

A: ここに、あさか舞って書かないですね？

F: 名前までは書かない。

T: 郡山の米の名前、あさか舞って言うけどね。

A: あさか舞っていう名前はどうですか。地元の人にとって、PRするのに。

T: はじめ、あさか舞って名前付いたときに、この辺のお店で扱ってなかったの。今でも...、今は扱ってんのかい？ ジャスコ (イオン・フェスタのこと) あたりは、あさか舞、扱ってんのか？ 震災になってから扱ってないかもしんないね。みんな、“あさか舞”、“あさか舞”って言うけど、どこに行けば買えるのかなあって。そういうことで、扱ってないっていう。わかんない、今は。

K: 農協に行けば？

T: 農協に行けば、すぐ買えますけど。

F: けっこう直売所には置いてある。
T: (驚いた感じで) 直売所は置く？
F: 農協さんだって、コマーシャルしてた。
T: 農協さんでは...、農協に行けば、すぐ。あと、ベニマルとかね。初めの頃は無かったんだよね。なんだから自分で買わないからね。あんまりこう、なんつうか、見ないよね。ああ、ここあったなんて、あんまり。
F: 買わないからねえ。自分のうちで作っているわけだから。

地元の人にとって、「あさか舞」の存在は漠然としている。とくに農家の人は、自家生産米を食べるために、それが「あさか舞」かどうかは関係ない。こちらから、商品に「あさか舞」と書き入れることを提案しても、高野さんは否定的だし、石澤さんは「あさか舞」がどこで売っているか把握していない。

2017年3月の再訪時は、「あさか舞」を使った商品を花かつみが出せるかどうかに絞り、質問を繰り返してみた。同じような質問を重ねることで、見えてくる答えがあるからだ。



第5図 「あさか野 きねつきもち」

注) 上の写真は加工所に立て掛けられた看板、下の写真は農産物直売所ベレッシュに置かれた商品、

まず、「あさか舞おにぎり」のような商品は考えていないか問い掛けた。高野さんは端的に、「考えなかったね。だって、使ってるのは、自分んちの米だから」と答えた。自信のある自家生産米を使っている以上、「あさか舞」を名乗る必要はないということだろう。では、どうしても「あさか舞」の名を付けるつもりはないかと重ねて聞くと、石澤さんは「そんなことはないけど...」と曖昧に言い、高野さんは米粉クッキーを食べながら、「こういうシールを作って貼ればいいでしょ」と簡単に言う。筆者が、郡山市米消費拡大推進協議会への申請と、農産物検査での一等米の証明が必要で、その分だけ手間が掛かり、やはり難しいのかと尋ねると、高野さんは「花かつみが作ったおにぎりってだけで...」と答える。高野さんが言いたいのは、名称は、すでにネームバリューのある「花かつみ」だけで充分ということだ。

ただし、石澤さんの「そんなことはないけど」という答えも、考慮してみる価値はある。実は、花かつみの真空パックの餅には「あさか野 きねつきもち」というシールが貼られてあるし、加工所の建物にも「あさか野 きねつきもち」という看板が立て掛けられている(第5図)。

「あさか野」と「あさか舞」は1字違いだ。本当に「花かつみ」の表示だけで充分なら、「あさか野」は必要ない。「あさか野」を入れたのは、安積平野を強調するためだろう。それならば、花かつみに「あさか舞おにぎり」があってもいい。したがって、支障はやはり農産物検査ではないか。郡山市から、もし「あさか舞」を使ってほしいという要請があれば、どう対応するか尋ねてみた。高野さんは、「米を検査しろって言われると。一等米は一等米だけど」と否定的だった。一方、石澤さんは次のように返事する。

米だけそこで検査してもらって、自分で引き取るって感じになるよね。買い取りとかそんなんじゃないかね、自分で検査だけして。検査は、同じ米だから、供出するのよね、だから、それは、問題はないと思うけども、その、あさか舞っていうのを、おにぎりに貼って、それで販売多くなんのかなって、それ分かんないよね。まあ、そんなに、あれだもんね。愛情館に出してるの、多くて12、3だから。それ、あさか舞って入れれば...、あさか舞コシヒカリ.... 今、なんていうのかな、郡山で、どっかに行って、粒の大きいのだけ、ふるいに掛けて、プレミアム米、そういうのもやってんだよね。

最後は、「あさか舞」の話題から外れてしまった。しかし、石澤さんの話し方から、答えは分かる。結

局「あさか舞」のシールを貼っても、売り上げを伸ばすことにはならない。シール造りにも費用が掛かるし、検査の手間も無視できない。つまり、答え方は違っても、石澤さんも、高野さんも、「あさか舞おにぎり」に懐疑的だと言える。そして、こうした懐疑的な姿勢の背景には、「あさか舞」がブランド化していないことがある。ブランド化が不十分だから、「あさか舞」を名乗る加工品が広まらない。しかし逆の発想で、「あさか舞」の加工品が増えれば、「あさか舞」への意識も変わるのではないか。

7. 原発事故と農産加工

長年一緒に作業しているせい、加工場では、筆者が質問しても、いつのまにか3人の会話になっている。最も多いのは原発事故の話題だった。石澤さんから、「福島県なんて別に何も考えてない？。こういうことになって大変だなあなんて。遠く離れていると、そういう考えはないのかい？」と聞かれると、答えが見つからない。また高野さんに、「実際はねえ、来てみる人は、ふつうに生活してるの見るから、感じないだろうけど。やっぱり要所要所でね」と言われても、返事に窮する。震災に関して、花かつみの人達が語ったことを記してみたい。

事故当初、地元の人達は県外の食材を買った。けれども、その時、郡山の米や野菜の美味しさを改めて知ったそうだ。それは、「米どころだし、野菜でもなんでも自信を持って作って」（高野さん）いるからだったが、それだけに「がっかりしたよね。この放射能のことではね」（石澤さん）となる。そして、「野菜でも何でも、今までは、持ってって食べなっていたことだったけど。持ってきなって言えないもんね」（石澤さん）、「食べるって聞いてから、あげてるよ」（高野さん）という事態になってしまった。

やがて食材の大半が放射性物質非検出となった。「厳しいもんね、全部検査して出してる」（石澤さん）、「全部の品物、検査だから」（高野さん）というように、福島県では検査を徹底している。石澤さんは「福島県は安心だから、食べてもらいたい」と話し、高野さんは「検査して大丈夫なものをこうやって出してっから大丈夫だし、「喜んで食べてもらいたい」と言う。ところが、安全性が高まるのと反比例して、福島への支援が減った。震災の年は随所で応援イベントがあったが、その後少なくなった。それでも、地元の直売所だけは、知っている人が買いに来るので、売り上げは落ちていない。厳密に言えば、震災の年のみ100万円減っただけだという。

F: ここ、宮下っていうんだけど、結構避難してる人もいんだ。

A: 地区によって違うんですか？。

F: 地区っていうより....

K: 考え、考え方だ。

F: よそに行って暮していける人はいいけど。

T: そうだね。

K: 他にある人はね。

F: 旦那置いてね、家族で行ったってね、そっちで旦那の給料で.... 女性とか、二重三重の生活になっちゃう。まかなえる家庭なら、いいけど。東電も保証しようがないよね。

K: 職がある人はいいんだけどね。

F: 恐いなあって思うけど、うちの娘なんか全然気にしないで、なんでも食べさせる。ガンになるほどは食べないってことなんだよね。

K: 煮たり焼いたり。その人の考えなんだろうけど、そんなこと言うの、母さんだけだよって。

T: みんながそういう考えなら、いいけどねえ。そういう考えが全国的に。福島県なんて、全国の何十分の一くらい....

F: 福島県だけの問題じゃあダメなんだよね、今の東電の水漏れ....

T: 日本の問題だわねえ。

3人の中にも微妙な違いは見られる。もっとも、それはいくつもの思いを、1人が1つずつ代弁しただけかもしれない。入部さんは「なっちゃったんだから、言ってもしょうがねえ」、高野さんは「地震と津波までは許される。自然だから我慢できんだけど」、石澤さんは「浜の方に行ってみると、いまだに自動車そのまま」と言うが、3人の中に、事実として受け入れるしかないという思い、天災は仕方ないが人災は許せないという思い、津波と地震の両方の直撃を受けた地域よりはマシだという思い、このすべてがあるように感じる。

花かつみの方は地元の米の美味しさを語る。しかし、次の会話のように、農産物のブランド化がうまく進んでいないことも認識している。

T: 他のことは何にも発展してなかったんだよね、米がおいしいっていうことでね。余所は米がまずいから、じゃこれで何か加工しようってことで、そういうことで、いろんなものある。

F: 米がおいしいのに、米がおいしんですよっていうアピールが出来ないの福島県ね。だから、新潟の何だっけ、あれと五分張ってんのに、そっちよりおいしいくらいなのに。

K: 魚沼産。

F: 魚沼産だって、あんな魚沼地区で採れる米なんか、たいしたことないんだから。全部、会津から行った

り....
K: 郡山から行ったりしてる。
T: そういう話だからね。
F: 全然値段が違う。
T: 食味はほんとにね、郡山の、そういう「あさか舞」は良いんだものね、おいしいんだもんね。
(...)
F: 青森とか、米おいしくないよ。九州に行った時も。
T: その土地その土地に合った米を今は作ってはいるんだけどね。やっぱここが一番うまい。
F: (余所は) こう、なんか加工しないとおいしくない。
T: そう、(ここは) そういうことはなくて。だから、余所はいろいろ、何寿司？、きずしとかいろいろ。それは、やっぱ米がおいしくないから。
F: 土が違うもん。黒ぼこ土って、ここは粘土土の、とっても米に合ってる。粘土土だから、セシウムも粘土の方に行っちゃうんだって。
T: そうなんだよ。吸わないで。だから、すんごく心配したけどね。検査してみたら、その割には良かった。神様はうまくやってくれてんだなっては思ったけど。
F: ちょっとやりすぎだって、神様は。2つ爆発すんだもん。
(...)
F: 紀代ちゃんも、なんか思うことあっか？。
K: みんな思ってることと、おんなじばい。

以上は 2013 年時の会話だが、2017 年時の会話も取り上げたい。福島県には、復興の遅れ、風評被害、廃炉だけでなく、もう一つ問題がのしかかっている。それは、以下に示すように、福島県のことを見ないで忘れてたり、特別な視線で区別したりする日本全体の態度と言える。

T: ここから遠い人達は、いまだに福島って言うと、嫌な感じすんだべね。子供達はいじめられたりね。
F: ほんとに。
T: ねえ。だって、この辺は何の恩恵もなかったんですよね。
F: そうだよ。
T: みーんな、東京の方さ、送ってやってる。そこがやられて、なんで福島県の人達がいじめられなくちゃなんないの。
F: 心が無いの。
T: 分かんないんだよね。
F: 心がある人はそんなことしないの。
T: そして、この苦しみだって、よそでは分かんないのね。
F: いや、分かんないわ、他人事だわ。
T: ね、他人事だよ。だから、再稼働だの、何だのっていうこと。福島県のこの思いしたら、再稼働なんていうことは言えないと思うけど、そうでないんだもんね。再稼働できんだもんね。
(...)

F: 放射能のゴミ、すごいんだってね。片付けられないって。
T: 日本って、ゴミを片付けるとこまで考えないでね、原発作っちゃったからね。よその国は、ちゃんとそこまで考えてやってるつつうけど、日本はそんなもん何にも考えないで、大丈夫だ、大丈夫だっていうこと。
F: あーあ。だから今、私らはそんなに、いいんだけど、子供達がね、これから長く生きていくであろう。
T: そうだよ、かわいそうだよ。
F: でも、東京だってね、地震来るかもしれないんだよ。どうすんだ。
A: 来たときに被害者になって、来ない時は他人事みたいな感じで。
T: そうだよ、そういうもんだよ。
F: 来たら大変だよ。あの南海トラフなんか。日本沈没に近くなっちゃうよ。
T: 来る来るとは言ってっけど、やっぱりその身になってみないと分かんないよ。
F: 来たら、大変だあ。
T: 大変だよ。え。
F: 大変だあ。
T: こどもね、地震だけなら、なんとかね、なったよ。
F: やっぱし、あの海のすぐね、そんなに高くないとこに作ってっからね、あの福島原発は。他はみんな高いとこに作ってっばい。偉い人がね、“地震来たら、津波来んだから、これじゃダメだ”って言ったって。“いや、大丈夫だ、大丈夫だ”って。

花かつみでは、風評被害の影響は、農産物直売所での売り上げに関する限りあまりなかった。しかし、この会話から分かるように、原発事故の影響は依然として強く残っている。

V 船引のママリン食彩工房

1. 母と娘で始めた加工所

ママリン食彩工房は、田村市船引町の渡邊ヒロ子さん（以下、お母さん）と次女の朱美さん（以下、娘さん）が 2006 年に始めた農産加工で、田村市と郡山市の農産物直売所を中心にパン類とご飯類を出荷している。2015 年 8 月 27 日、郡山駅構内の「カフェ杜の香り」で、2 人から話を聞いた。

お母さんは郡山市逢瀬の農家の出身で、農業の経験はあるが、基本的には夫（以下、おとうさん）と同じように、会社勤めだった。長く牛肉を扱う仕事に携わっていたが、アトピーが増える現代、無害な食べ物を作りたいと思い、50 代で自宅の裏庭に加工所を建てた。それまで趣味でパン作りを習っていたが、パンだけでは儲けにならないので、米、とくに

収益の出るモチ米を使った加工も手掛けることにした。そうすると、一人で全ての仕事をするのは難しく、ちょうど実家に戻っていた娘さんに声を掛けた。こうして、加工所が立ち上がった。

娘さんは船引育ちで、中学までは船引で、高校は郡山へ通った。その後、埼玉の短大を出て、東京の出版社に就職し、取材の仕事をしていた。しかし、生活費が高く、仕事上の行き詰まりもあって、故郷に帰った。その時、お母さんが加工所を始めるので、誘われた。会社勤めより面白く思えたので、一緒に働くことに決めた。パン作りの経験はなく、お母さんが師匠になった。加工を手伝う直接のきっかけは実家へ戻ったことだが、東京で生活している時に、実家から送られてくる手ごねのパンが美味しかったことも遠因になっている。

加工所を始めると、午前1時に起床し、NHKの「ラジオ深夜便」を聞きながら作業する生活になった。仕事に慣れない間は、1つ作ってから、次を作るので、時間が掛かった。8時半に作業を終わらせると、お父さんとスタッフ1名がラップ包みをし、お母さんと娘さんが配達に出た。田村市船引町と常葉町のシミズストアを回ってから、郡山市のシミズストア、愛情館、ベレッシュへ向った。午前11時までに全店舗に商品を届けた。

2、3年すると、1つの仕事の間に別の仕事を挟めるようになり、午前3時の起床で間に合うようになった。米は、おふかし²¹⁾用のモチ米や普通のウルチ米の炊飯など、同時に3種類くらいの作業を始めた。パンは、粉を計量し、ミキシングし、発酵させ、形成して、オーブンで焼いた。1日8種類くらい作るが、菓子パンは同じ生地でいろいろ作れるので、負担にならなかった。最後のパック詰めはお父さんの仕事で、9時に終わった。そして、お父さんが船引にある農協系直売所「ふあせるたむら」と三春町の個人系直売所「えすべり」に、雇いのスタッフが郡山市の愛情館とベレッシュに配達した。

ママリンは2013年4月に直営店を出した。関西の通販企業フェリシモが、震災地域で起業する人を応援するために助成金コンペを実施した。親子で店を持つプランが審査に通ったので、その助成金で店を出した。場所は、三春町の中妻郵便局近くのセブンイレブン裏の小屋だった。この小屋は野菜を売る100円ショップだったが、奥に出来た新しい建物に移った。それで、ママリンが空いた小屋に入った。小屋が野菜ショップだった時は、車で多くの客が多く、良い立地だと思ったが、野菜と農産加工品の違いや、

加工品の購入であればまずコンビニに行くという人々の習慣もあって、予想外に客が少なかった。店番として常駐スタッフを1名、多い時には交代制で3名置いたが、その人件費も会計を圧迫した。儲けは少なく、お母さんも体調を崩したので、2014年7月には直営店を閉めて、加工場だけに戻した。

2. 「まんま食パン」

加工所は2部屋に分かれ、お母さんが餅やご飯類やお惣菜²²⁾を、娘さんがパンやケーキやクッキー²³⁾を作る。お母さんの商品には「ままりん」の文字とお母さん風のイラストが描かれたシールが、娘さんの商品には「Bakery」の文字と娘さん風のイラストが描かれたシールが貼られている。その中に大きなシールのパンがある。「炊いたご飯の甘さ香る もっちり新食感！」の文章が入った「まんま食パン（まんまパン）」で、ママリンを代表する商品になっている（第6図）。



第6図 ママリンの商品

注) 全農福島農産物直売所「愛情館」。「まんまパン」は右。

「まんまパン」は「まんま（ご飯）入り食パン」の意味で、震災の1年前、定期購読している『現代農業』にご飯を使った食パンが載っていた。食パンは需要が多く、米粉パンの全盛期でもあったので、「予想と違うもの」（お母さん）、「オリジナルなもの」（娘さん）を作りたかった。また、加工品作りでご飯が残る時があり、それを使い切るという事情もあった。

ただ、雑誌にはレシピが無かったので、水や砂糖の量を調節し、ご飯と小麦粉の割合を変えて、試行錯誤した。ご飯が多いと、「ご飯を食べてる感じで、持った時も重い」（お母さん）し、「べたっとしすぎ」といふか、重すぎ」（娘さん）で、ご飯が少ないと、「普通のパン」（お母さん）、「食パンにどんどん近い

感じ」(娘さん)だった。そこで、「粒も残しつつ、パンの食感も残しつつっていう、ちょうどいい舌触り」(娘さん)を考えた結果、ご飯 500g、小麦粉 1,100g の割合で²⁴⁾、膨らみ方やモチリ感が満足いくものになった。また、膨らませるため砂糖を入れるが、ご飯の甘味が分かるように、普通のパンより少なくした。最初は、粉いきなりご飯を入れていたので、なかなか捏ねあがらなかったが、今は、炊いたご飯をボールに入れ、水を加え、スプーンでほぐしてから、粉と混ぜている。もっとも、お母さんによれば、改善の余地はあり、これまでは残りご飯の利用だったが、食パン用にもう少し柔らかく炊けば、違う美味しさが出てくるはずだという。

「まんまパン」開発に当たり、ママリンでは米粉パンと比べた。米を使うか米粉を使うかは、費用より味覚の問題だった。米粉パンを試作したところ、「米粉も、やりようなんでしょうけども、たまたま私達が買ったものは、そんなに感動するほどおいしくなかった」(娘さん)し、「まんま食パンは3日くらいすると硬くなるが、米粉パンは1日で硬くなってしまう」(お母さん)という状態だった。また、米粉パンといっても、ある程度小麦粉を入れる必要がある。しかし、米粉3、小麦粉7の割合でも硬かった。餅粉を使うと、味は増すが、硬くなるのが早まった。それで、米粉や餅粉はパンに合わない結論し、「硬い米粉を使うよりは、うちにある米を使って、どうにかなんないか」(お母さん)ということで、米入りパンを商品化することにした。

「まんまパン」の食べ方について、娘さんは、「トーストすると、お米のところ (...) カリカリで、その他の小麦粉のところは普通の食パンみたいな食感」、あるいは「ご飯が入っているから、ジャムやバターでなくて、味噌を付けて食べる人もいる」と言う。また、食感については、お母さんが、「まんまパン」は「シャリシャリではないけど、ナシって感じ」、普通の食パンは「フワフワだから、モモの感じ」と、果物に喩える。

いずれにしても、「まんまパン」の特徴は、「普通の食パンより腹持ちがいい」(お母さん)ことであり、「ご飯が入っているという食感」(娘さん)だった。ただし、ご飯が入っているために、売れ残ってもお惣菜用のパン粉には再利用しにくいことから、多くは作らず、作った分を売り切るようにした。愛情館とベレッシュへ同じように出していたが、ベレッシュでの売り上げが落ちてからは、愛情館に絞った。

3. 「あさか舞」の利用

ママリンでは、船引の米よりも、実家のある郡山市逢瀬から貰う「あさか舞」の方が美味しいと感じていたので、加工場で使う米は、初めから迷うことなく「あさか舞コシヒカリ」だった。お母さんは、「こっち(郡山)は水が良いんですね、猪苗代の水で。こっち(船引)が湧き水ですもんね」と説明して、「あさか舞」の印象を次のように語る。

あさか舞は、二等米は出てかないですからね、絶対ね。その線引きするのに大変みたいです。農協に出すのには、何でもいいちゅうことはないんですけども。私も農家育ちで、あれなんだけど、分かんないんですけども、玄米にするのに、機械の調整が面倒くさいみたいなどありますよね。 (...) で、その1戸の農家から二等米が何%か出ると、そこはもう、あさか舞としては取ってもらえないみたいですね。

ママリンは、「あさか舞コシヒカリ」と郡山産(こがねもち)を、農産物直売所ベレッシュから、同じ生産者のもので仕入れている。ベレッシュからは、県開発の〈天のつぶ〉を使ってほしいと言われるが、変えることはない。

ところで、評価の高い「あさか舞」なのに、「まんまパン」の包装の裏にある成分シールには、「原材料:小麦粉(カナダ産70%、福島県産ゆきちから30%)、米(福島県産コシヒカリ)、砂糖、バター、生イースト、食塩」としか記されていない。最初、ママリンでは成分表に「あさか舞コシヒカリ」と書いて愛情館に提出したが、その表示は不要と言われ、「福島県産コシヒカリ」だけにした。裏のシールは成分表なので、「あさか舞コシヒカリ」というブランド名は、禁止ではないものの、あえて載せる必要はない。

けれども、包装の表にも「あさか舞」は見当たらない。包装には、デザインとして「あさか舞」の文字を入れられるが、それもしていない。なぜか。お母さんは「ただ残りご飯を入れるだけだった」し、「昔からそうやって食べて」ただけで、娘さんは「考えてなかった。あさか舞っていうのをそこまでブランドっぽくしてなかった」と説明する。つまり、「あさか舞」は美味しいが、ブランドとしては認識されていなかったと言える。

「農家」女性である花かつみは、農産物検査を経ない米を利用しているので、「あさか舞」のシールを使えない面もあるが、「農村」女性であるママリンは、小売店から「あさか舞」を購入しているにもかかわらず、「あさか舞」のロゴは使っていない。手描き風

の字体にして、パンの売り上げを伸ばしたママリンだから、「あさか舞」というシールが売り上げ増に繋がるならば、積極的に貼るだろう。

米の6次化商品は少ないので、それについても問い掛けてみた。二人とも口を揃えて「あまりない」と答える。次のお母さんの説明を聞くと、その理由は、県の6次化講習会で米の加工品に関する例がないこと、米は他の食材に比べて作業的に重労働なこと、米を使って家庭料理以上の新しいものを生み出すのが難しいこと、の3点にまとめられる。また、娘さんの「米の加工品は、何か新しいものとかって、難しいですよ。それこそ、オリジナルのものを生み出すのは難しい」という言い方から、とくに3点目の理由が大きいと思われる。

(県の6次化の)講習会に行くと、米の、ってのは、あんまりないですね。あんまりというか、ほとんどないですね。ほとんど私は本を買って、これやってみようかなっていうのを一度やってみてね、自分なりにアレンジしてみてやってみるのが現在ですね。(…)赤飯とか、味おこわ、っていうのは、あるんですけども、米ですか、モチ米じゃなくて、ウルチ米を使った加工品の講習会ってのは、全くないですね。(…)娘と2人で道の駅とか、いろんなところ回って歩いてるんですけど、そういう時、ちょっと変わったのあって、買って来て食べてみたりね、していますけども、講習会で勉強したってのはないね。(…)あと、やってるのは、昔から私らは、米うちで炊いたり、ご飯を作ったりしてたから、その延長線でやってるだけで、一番簡単に出来るかなって、作業的に思ってますけど、確かに米は重労働です。(…)「(米の使い方を他人に)聞いても、“五穀米を入れるといいよ”とか、そういうのだよ。…」でも、家庭で作れるものを作っても、私達は、どうかなと思いますよね。

ウルチ米よりモチ米の方が幅広く多様な商品にできるので、ママリンが購入する「あさか舞コシヒカリ」は1ヶ月に4袋(120kg)、〈こがねもち〉は1ヶ月に6袋(180kg)となっている。「モチ米は加工所の稼ぎ頭、大黒柱ですから」とお母さんは言う。

4. パン作りの魅力

娘さんが東京に住んでいた頃、船引から送られるお母さんのパンは手捏ねで美味しかった。しかし、商売として量産するとなると、味は落ちて、ミキサーを使って機械捏ねにする必要があった。それでも、パン作りは面白いと話す。

パンはほんとに楽しいですよ。(…)おんなじように作っても、全くおんなじく出来ることがないんです

よ。毎日違って。例えばクープ1つ、割れ方、クープなんですけど、クープ1つやるのにも、全然違うんですよ。美味しそうに出来る切れ目あるんですけども、あれを1つ1つ取ってみても、全然違うふうに出るの。その辺が全然やって飽きないんですよ。あと、いろんなバリエーションを、パンってやるなっていう種類と、あと味と、ほんとにいろいろ作り出せるんだらうなって思うと、ほんとにいろいろやってみたいなと思って。それで、多分飽きないでいるんじゃないかと。(…)あと単純に、パンを窯に入れて膨らむのが、すごい楽しいですよ。なんかジーと見てて、食パンとかも、モリモリってなってきた、ああゆるのほんとに楽しいよね。あと、匂いとか、ああゆるのがほんとに楽しいなあって思いますけどね。

お母さんも、パン作りは米を扱うより楽しいと感じるが、出来具合に満足することはなく、3ヶ月に1度は自分で食べて、他の作り方がないか、味付けを変えた方がいいかなど、考え直している。そして、パン作りの面白さをこう表現する。

春夏秋冬、パンは膨らみ方違いますからね。一番やりづらいのは入梅時期だね。案外、真冬って、電気量食うけども、真冬のパン作りは楽なんですよ。湿気がある時はダメですね。(…)膨らみ方に)影響します。それ(湿度)によって、水分を少し引いたり、足したり。何年かやっていると、その微妙なところが分かるんですよ。じゃあ、何グラムって言われると、最初のうちは、どのくらい入れるのって言われて困るんですけども、その勘なんですよ。ちょっとっていう匙加減っていうんですか。(…)梅雨時は湿度)90%になったり、30%になったりするんで、じゃあ、昨日これで良かったから、今日って言うと、まるっきり、さっき言ったクープの開き方が違うっていうのは、そこなんですよ。(…)あと、手に粘るのが梅雨時ですね。生地が、捏ねてて、手に粘りやすいのが梅雨時なんですよ。それで水加減を増やしたり、減らしたりするんですけども、そのへんの匙加減が少し違うんじゃないかと思いますね。

乾燥する冬は、湿度がある程度一定しているので簡単だが、湿度が日々変化する梅雨時は、長年の勘で作業しなければいけない。パン作りは、毎回出来が変わったり、湿度によって捏ね方を違えたり、レパートリーが広いので多様な商品を作れたり、窯で焼いていく時の香りの良さを味わえたりと、変化に富んでいる点が魅力に映っている。

5. 二人三脚の学習

商品のアイデアはどこから来るのだろう。数年前、二人は上級編と中級編に分かれて、県中農林事務所主催の6次化セミナーに参加した。雪が多く、最後

の方は出なかったが、中級編の講師から、パッケージのデザインは手書き風が良いことを習った。そこで、自分達が筆ペンで書体を作成し、文字周りの図柄はデザイナーに依頼した。その結果、パソコンで「まんまパン」と書いていた時は5斤ぐらいしか売れなかったが、手書き風にした後は最高で18斤位まで売れた。

商品化に関しては、一緒に道の駅を回って、気になるものがあれば買い、食べ物の本を読んでは、応用できそうなものを探している。とくに、各地で見聞きしたことを、後から思い出すことが結構あるらしい。「思い出す時あんだよね。昔、そう言えば、こういうこと言われたんだって」(お母さん)。「頭の片隅の方に入れとくと、いつかポロッと出てくる」(娘さん)。二人で行動する強みもある。「どっちかが覚えているっていう可能性がありますよね」(お母さん)。「二人で歩くのは強みだよ」(娘さん)。

調理方法では、専門家の講習会が勉強になる。ママリンが使う小麦粉には、カナダ産、アメリカ産、福島県産〈ゆきちから〉²⁵⁾がある。中力粉の〈ゆきちから〉は、うどんなどの麺類用だが、県奨励品であり、地産地消のために用いている。パンによく使われる北海道産や岩手県産の小麦粉と比べると、〈ゆきちから〉はやや硬く、膨らみ方が思わしくない²⁶⁾。そのため、グルテンを少し加える。さらにリンゴも摺って入れる。仙台でプロのパン職人による講習会があった時、リンゴを入れるとパンが柔らかく膨らむだけでなく、フルーティな香りも出ることを習った結果だった。

すでに直売所に出している商品を、専門家に試食してもらおうこともある。しかし、あくまで参考程度で、実際に売れているか、自分達の中で十分な味になっているかが、商品が続けるか否かの判断基準になっている。二人のやり取りを紹介しておこう。

娘：まんまパン作って、専門家の方に見てもらった時に、“なんでご飯を入れるか理由が分からない”って言われた時ありましたよね、ばっさり。“小麦粉でパンを作ればいいじゃない”って言われた時ありましたもん。そこで、やっぱ、“うちにご飯も使ったオリジナルの作りたい”って言ったんですけど、その専門家の方は“小麦粉の方がおいしいと思う”って、ばっさり。

母：“ご飯はご飯だ”とかってね、言われたりね。

娘：“意味が分からない”とか言われたことあって。それじゃ、商品開発にならないじゃないですかって思ったんですけど。なんか今の話で思い出しました。その人が何と言おうと、お客さんに受け入れ

られているっていうのが、こっちとしてはあったんで。

(…)

娘：その時、トマトコロッケも持って行った。これもちょっとオリジナルなんですけど、ママリンの。なんか考案したんだよね。

母：そしたら、“コロッケは何にも入れない方が、ジャガイモだけの方が…”。

娘：また、ばっさり。

母：言われて。

娘：でも、おいしいよね、トマトコロッケ。

母：おいしい。

娘：ドライにしたトマトを乾燥させて、ドライトマトにするんですけど、それを刻んで、ジャガイモつぶした所に入れて、ハチミツとか、それにバジルを入れるんですけど、ちょっとキナコとか入れて、混ぜて作るんですけど、結構おいしくてね。これもお客さんには好評なんですけど、その専門家に見てもらった時には、ばっさり。

母：評価する人は年配の方はダメですね。若い人はね。

娘：“おいしいね”って言ってたね。

母：高島屋のバイヤーさんが来た時に、最後にどうせまたボロクソに言われんだろうねって見てたのが、“もう、これは素晴らしい”ってね。

娘：全国、その人歩いて、いろいろなもの食べたりしてるらしいんですけど、“初めて食べた”って言われたもんね。

(…)

娘：最初はトマトが入ってたんだっけ。

母：ゴロっと入ってて。

娘：ミニトマトが入ってたんだっけ。

母：刻んで、4等分位に刻んで。そしたら、“トマトを食べたところだけがトマトコロッケだ”って言われて、“あとは普通のコロッケ”って言われて。これじゃダメだになっていって、うち乾燥機があるんで、それでドライを作ってみて、そして入れてみたら、成功したんだよね。

娘：最初はやったんだよね。あとバジルとかも入ってなかったもんね。そのへんは、いろいろ。

母：いろいろ、ほんとに。商品出来るまで、3ヶ月くらい掛かったね。

娘：新しいの考えると、そうだね。

母：私達は二人で作って味見して、どちらかがダメだ、これはもう少しダメだっていう時は、絶対に出さないですね。私がゴーサインだしても、こっちがダメな時は。

娘：そのへんは、お互いにアドバイスできるのは強みで、これ入れた方がいいんじゃないっていうのは、お互いに良い所の観点で気付くから。

6. 地域での人の繋がり

お母さんは娘さんに、売れる土日だけでなく、毎日決まった時間に商品を持って行くことが大切と教えた。雪の日も雨の日も、配達は欠かさない。これ

は、商品を切らさないベレッシュの姿勢とも重なる。こうした方針は、災害時に地域の結び付きとして重要な役割を果たす。

2011年の震災で、郡山はライフラインが麻痺したが、船引はそれほど混乱しなかった。さらに原発事故が起こり、多くの直売所が閉店になったり、商品が欠乏した。例えば農協系の直売所は、食品の放射線量が判明するまで、約10日間閉店した。他方ベレッシュは、他県からでも品物を入れて並べる方針だった。在庫の食材があり、放射線量を気にすることなく、加工品を作れたママリンは商品を搬入し続けた。ただし、「並べる前にお客さんが並んで、なんていうのかな、ボックスにあるうちに、みんな取っちゃって」（お母さん）という有様だった。また、シミズストアにも商品を出していたが、「そのスーパーさんなんか、ほんとに物が入ってこないで、菓子パンとか入ってこないから、そういう所で、ほんとに飛ぶように、みなさん買って行かれて」（娘さん）という状況だった。ママリンには「ベレッシュに助けられた」という意識があるが、ベレッシュでもママリンの出品は貴重だったに違いない。このように、危機の中で強く結び付く地域の関係があった。

震災後は、車のガソリン確保も大変だった。空いているスタンドは行列で、1日10ℓの給油に制限された。そのため、お父さんが自宅の3台の車を、毎日1台ずつどこかのスタンドで給油し、それで配達のを確保した。「家族の有難味っていうか、そういうの感じますよね、震災とか、ああいう状況になると」と娘さんは述べる。

地域の結び付きには、店同士の関係、家族内の関係だけでなく、住民同士の関係もある。娘さんは、「この煩わしい村から離れたたい」、「こんなところ居て、何の仕事して、これから生きていくんだろう」、「とにかく地域を離れたたい」という気持ちで、船引から首都圏へ出たが、行き詰まりを感じて帰郷し、「人生設計にはなかった」という農産加工の仕事を始めようになった。そうすると、高校の頃とは違う地域の姿が見えてきたという。

若い頃と違って、地域での楽しみ方っていうか、意外といろんなことをやってる方っていうのが、実は田舎にもいて、(...)そういう方達と横の繋がりを広げていくのも面白いかなあとって。一回田舎を出てみて、考えが変わったっていうのもありますね。田舎の良さってよく言われますけど、地元は地元なりに面白いことがあるのかなあってって、パン作り自体も面白かったですけど、地元の人との繋がりを広

めていくっていうのも、今地方創生とか、地元から面白いこと発信しようっていう動きありますけど、そういうところにも繋がって行けるならば面白いかなあってって。田舎いるのも、いいかなあってなって、最近は思いますけど。

住民同士の繋がりにには、どのようなものがあるか。まず、船引町のアトリエ蓮笑庵（れんしょうあん）。旦那さんが画家で、「小京都風」の建物を建てたが、旦那さんが亡くなってから、奥さんがその建物を地域内外の人の学習の場にした。毎年、若い人を受け入れ、インターンシップを実施しているし、昔の生活を伝えることで、地域を盛り上げようとしている。その蓮笑庵に都会の人が来ると、もてなし用にママリンのおはぎが使われる。また、蓮笑庵からは、助成金や起業に関する勉強会の情報が入る。

次に、三春町にある直売所えすべり。経営者は船引町で有機農業を実践している人で、ママリンとともに通販企業の助成金を獲得し、同じ2013年7月に店を出した。ママリンは、えすべりにも商品を出しているが、それとは別に、えすべりが週1回宅配便で野菜と加工品を発送する中に、ママリンの商品も入れている。また、えすべりが東京で開かれるマルシェに年4回参加する際は、パンや餅を持って行ってもらい、えすべりが野菜を提供している東京のレストランにも、パンを置かせてもらっている。

さらに、船引をはじめとする田村市域の農家。野菜類は、1年分の量の栽培を前もって地元農家に頼み、そこから買い取る。農家には得意な野菜があるので、ニンジン、ジャガイモ、ゴボウ、カボチャ、豆類、すべて別々の農家から仕入れている。

最後に、地域の人々。お母さんが友人宅へお茶を飲みに行く時に娘さんも同行する。そこで上の世代の会話の輪に入り、物々交換や人間関係などを学ぶ。こうした交流は、会社や東京では出来ないもので、本当の人の繋がりは、故郷に戻って学べるようになったと言う。

東京で殺伐と働いていた頃よりなんか、なんていうんでしょう、東京って、あんなに人がいるのに、人との繋がりが無いんですよ。人が一杯いるのに、繋がりが全然出来なくて、田舎は人は少ないんですけど、だからこそなのかもしれないんですけど、繋がりがどんどん出来て、それは面白いな、って思えるようになります。

以上の結び付きを図にしよう（第7図）。前述したように、都市域の農家である花かつみは、コンパクト

豆のババロアあったでしょ、ああいうの。
娘：食べたね、そういえば。
母：青ばた豆のババロアとか。
娘：そうそう、長野の方まで講習に行ったことがあるんですよ。長野も地産の物が盛んで、有名な加工の先生がいて、そこも全国から集まって来る感じで、年に1回かな、梅池でね、そこも面白い人達が集まってくることで、そこで豆のババロア、青ばたのババロア作っている方がいて、確かにおいしかった。品評会みたいなものやるんですよ。皆さん持ち寄って、1品これが良いっていうのを。で、その先生に食べて戴いて、いろいろ評価して戴くっていう。ああいうの参考になるよね。
母：なるよね。ただ、今の市販されているような甘いんじゃないかと、もう少し抑えた。それは、果たしてね、お客さんに受け入れられるか分かんないけども、そういう、ちょっと作ってみたいなああって思う。だんだん調子の方も良くなってきてっから、お母さんもね。
娘：体調もね。
母：うん。あと、そういうのとか、小松菜とか、出来るんじゃないのかっていう。
A：小松菜をどうされるんですか？
母：ババロアにして。
A：小松菜をババロアにするんですか？
娘：野菜のババロアってことで、フルーツじゃなくて。
A：青臭さとか、どうやって解決するかとか。
母：それを出した方がいいんじゃないでしょうかね。あんなに甘くじゃなくて、なんていうのかな、しょっぱさを出すつたら、ちょっと語弊があるか。甘しょっぱくするみたいな。出来ないかなあなんて思って。
娘：おいしいのかね。
母：わかんない。
娘：ちょっと疑問だね。でも母親、着眼点良いんで、わりと。そういうところは、観が鋭いっていうか。その辺は尊敬する部分もあるんで。まあ、ちょっと、ふーんって聞いておきましょう、とりあえず。
母：形の良いババロアじゃなくて、なんていうの、うちらみたいなの、いいんじゃない？
娘：なるほど。

お母さんは、講習会での青ばた豆のババロアが印象に残っているの、それを参考に小松菜のババロアを作ってみたいと思っている。商品化されるかどうかは分からないが、家庭にはないママリン独自の商品開発を迫る姿勢は、こうしたひらめきの上にある。

V おわりに

現実の農産加工は、それを担う人々にとって個別の活動であるとともに、時代の背景や地域の文脈と

も切り離せない側面を持っている。そのため、農産加工の動機・目的や成果・課題と、時代の背景や地域の文脈の両者が交差する部分に農産加工を位置づける必要がある。そうしたアプローチで、さまざまな視点から、郡山市日和田の花かつみと田村市船引のママリンを見てきた。

ただし、本稿のそもそもの出発点は、前稿(滝波, 2018)と同じで、郡山市産ブランド米「あさか舞」にある。前稿では地元の中小企業による米加工品に焦点を当てたが、本稿では農村女性の農産加工に焦点を当て、それが「あさか舞」の消費拡大と知名度向上にどう寄与できるかを探った。最後にこの点を簡単に述べておきたい。

花かつみでは、米の加工を主に手掛けているが、使用する米はウルチ米よりモチ米が多い。モチ米の方が、複雑な加工設備を備えていなくても、簡単に加工できるからだ。事実、モチ米を使った商品はいろいろある。一方、簡単な加工設備しかない場合、ウルチ米を用いた加工品の種類は限られる。したがって、「あさか舞」の消費拡大と知名度向上のためには、郡山産モチ米の〈こがねもち〉も〈コシヒカリ〉や〈ひとめぼれ〉と同じように、「あさか舞」の中にも含めてもいいのではないだろうか。

ママリンでは、主に惣菜用に米、パン用に小麦を使っているが、米はモチ米だけでなく、ウルチ米も主力になっている。また、「まんまパン」という形でウルチ米をパンに用いることもある。ただし、ママリンでは、良食味の郡山産〈コシヒカリ〉を使っているという意識はあっても、それが「あさか舞」の可視化には結び付いていない。そこで、「あさか舞」の商標使用の基準を緩め、より広く「あさか舞」のロゴやネーミングが使えるようにする仕組みも必要ではないだろうか。

(首都大学東京・都市環境学部)

謝辞

加工所で興味深いお話を伺わせて戴いた「花かつみ農産加工」の石澤孝子さん、入部紀代子さん、高野文恵さん、そして石澤さんの娘さんに、厚くお礼申し上げます。また、船引から郡山へ来て戴き、貴重なお話を聞かせて下さった「ママリン食彩工房」の渡邊ヒロ子さん、渡邊朱美さんにも、厚くお礼申し上げます。

注

1) 『ふくしま・地域産業6次化 新商品カタログ』、ふくしま・地域産業6次化推進協議会, 2014年, を参照。

- 2) 県中地域は、郡山市の郡山地域、田村市・三春町・小野町の田村地域、須賀川市・鏡石町・天栄村の須賀川・岩瀬地域、そして、石川町・玉川村・浅川町・平田村・古殿町の石川地域から構成されている。
- 3) 県中農林事務所の主事である長井さんからの2015年9月8日付けメールでの補足回答による。
- 4) 「シーズ」とは「種」の意で、企業が有する技術や材料、ノウハウやサービスを指す。
- 5) 安倍, 2014, pp.239-253.
- 6) 三原, 2005, pp.73-83.
- 7) 「農村女性による起業活動実態調査」のデータは、農水省サイトの農村女性による起業活動実態調査のページ http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5 で見られる。
- 8) ブレインワークス・東北地域環境研究室, 2012, pp.144-149.
- 9) 「花かつみ農産加工グループ」, 『農業委員会だより』52, 郡山市農業委員会, 2012年, p.8.
- 10) 農文協編, 2012, p.65.
- 11) 忠, 2011, pp.10-11.
- 12) 麴菌の中には、デンプンを分解して糖にする酵素アミラーゼと、タンパク質を分解してアミノ酸にする酵素プロテアーゼがある。麴菌を増殖させるため、麴菌を米や麦や豆に掛けたものが麴(米麴, 麦麴, 豆麴)。麴を大豆に入れると、大豆のタンパク質がアミノ酸に変わり、旨味が出る。米麴の場合は米味噌、麦麴の場合は麦味噌、豆麴の場合は豆味噌と呼ばれる。
- 13) ほとんど自家生産米で間に合うが、不足する時は加工所の隣にある単位農協の倉庫から買う。
- 14) 「特技を生かして活躍する女性たちー農産加工品づくりのグループを訪ねて」, シンフォニー(こおりやま男女共同参画情報誌) 30, 2008年, pp.2-5.
- 15) 「郡山普及だより Yes!農!!」55号, 福島県中農林事務所, 2014年12月, p.3.
- 16) フルラージュの米粉クッキーは、滝波(2018)を参照。
- 17) 宮下夢ファームは日和田に田1,500a, 畑150a, 地区外の喜久田に田2,500a, 畑150aを保有(福島県農業振興公社 <http://www.fnk.or.jp>)。なお集落営農には、任意の集落営農組合と法人の農事組合法人がある。
- 18) 近年、持続可能な農業ということで、緑肥への関心が高まっている。例えば田植え前の時期の圃場で、青々と伸びた緑肥用ソルガムを目にする機会も増えてきた。
- 19) 日和田にあるJAのカントリーエレベーターのこと。
- 20) 石澤さんの家では、靱ガラをアスパラガス畑に撒く。靱ガラを土に被せることで、除草効果が高まり、草が出ても、靱ガラの上に出るので、抜きやすいという。
- 21) モチ米を蒸し、野菜や山菜を入れる炊き込みご飯のこと。炊き込みご飯は、赤飯を「おこわ」、それ以外を「おふかし」と呼ぶ。
- 22) 餅, おはぎ, 稲荷寿司, 海苔巻き, 蒸しパン, ゴボウ南蛮など。おはぎは、モチ米だけでは硬く、ウルチ米だけではパサつくので、半々にする。ゴボウ南蛮は、ゴボウを南蛮風に揚げ、生野菜を加え、酢ドレッシングであえる。稲荷寿司は、油揚げを煮て作り、ゴボウやキクラゲなどを入れて五目にする。花かつみでは、以前は、九

州の鶏牛蒡を真似て、ニンニクを入れた独自のおにぎりも作っていた。

- 23) 客が楽しいように多種類作る。菓子パンは、クリームパン、メロンパン、ウインナーロール、チーズブレッド、アンパン、ベーコン海老など。食事パンは、まんまパン、ロールパンなど。ハード系のパンは、ライ麦パン、全粒粉パン、塩パンなど。ケーキ類は、バナナケーキ、シフォンケーキ、シナモンブレッドなど。クッキーは、チョコチップ入り、クルミ入り、地元産エゴマ入りなど。
- 24) 炊いたご飯の半分は水分なので、実質は米250g、小麦1,100gの割合。米粒は、パン外側の焦げ目が付いたクラスト部分には見えるが、パン内側の柔らかいクラム部分では分かりにくい。
- 25) 〈ゆきちから〉は中生、多収量、強耐雪性で、根雪が年間100日までの地域なら栽培可能(福島県農林水産部水田畑作課, 「福島県の大豆・麦・そば」, <https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/36035b/hatasaku-daizu-mugi-soba.html>)。なお、タンパクとグルテンが多い強力粉はパン向き、タンパクとグルテンが中程度の中力粉は麺類向き、タンパクとグルテンが少ない薄力粉はケーキ向き。
- 26) 菊地・島津・遠山(2015)によれば、〈ゆきちから〉でも、加水量やミキシング時間を調整すれば、充分膨らむ。

文 献

- 安倍澄子(2014): 女性起業の地域経済主体への可能性。斎藤 修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生』(フードシステム学叢書 第4巻) 農林出版統計, 239-253.
- 菊地淑子・島津裕子・遠山 良(2005): ゆきちからの製パン特性。岩手県工業技術センター研究報告, 12, 20-25.
- 澤野久美(2006): 農村女性企業としての農家レストランの役割に関する研究ー東北地方を事例として。農村生活研究, 50(2), 36-43.
- 滝波章弘(2019): 地域ブランド米を使った地産品の可能性ー福島県中通り地方の郡山地域の事例から。理論地理学ノート, 21, 1~22
- 忠 聡(2011): 杵つきにこだわる加工工程, aff(農水産広報誌), 484, 10-11.
- 齋 理恵子(2005): 『農家女性の社会学ー農の元気は女から』コモンズ, 254p.
- 農文協編(2012): 『地域食材大百科(第6巻)ーもち, 米粉用米粉パン, すし, 加工用米飯, 澱粉』農山漁村文化協会, 408p.
- ブレインワークス・東北地域環境研究室(2012): 『東北発! 女性起業家28のストーリーー女性ならではの知恵と工夫で農業ビジネスに新しい風を』カナリア書房, 179p.
- 細谷 昂(2016): 農産物直売所と女性たちー山形県庄内地方における若干の事例。村落社会研究ジャーナル 22(2), 22-33.
- 三原育子(2005): 農村における女性起業の経営的性格と課題。国立女性教育会館研究紀要, 9, 73-83.
- 吉野馨子(2015): 都市近郊農村世帯における自給農産加工品の実態と継承の可能性に関する研究ーJA かながわ西湘女性部へのアンケート調査及び聞き取り調査から。農林業問題研究, 51(3), 155-166.