

【事例紹介】

こだわりの食ビジネスの展開と展望
 - 「そば酒房陽ざ志」及び「食の学校」の実践 -

渡邊 充寛*（そば酒房陽ざ志）・佐藤 奨平**（食品企業組織論研究室）・
 川手 督也***（産業社会学研究室）

はじめに

1. 主な事業概要

2. 事業の立ち上げ

3. 事業の展開-そば酒房陽ざ志の6年間

4. コロナ禍の中での葛藤と補助金事業
への応募

5. 今後の展望

むすびにかえて

はじめに

筆頭著者である渡邊は、6年前からこだわりのそばとお酒の店を開業し、2年前からインターネットによるECサイトを立ち上げるなど、いわゆるこだわりの食ビジネスを営んでいる¹⁾。本稿ではこだわりの食ビジネスの事業展開と課題について、コロナ禍における対応を含めて詳述したい。

1. 主な事業概要

(1) 「そば酒房陽ざ志」

そば酒房陽ざ志は、神奈川県藤沢市にある手打ちそば、そばを使った創作料理とこだわりの日本酒などを取り扱っている飲食店である。事業主のみ従業員なしの個人経営で、席数は10と小規模である。テナントビルの3階という個人経営の蕎麦屋には珍しい空中階での営業となっている。営業は日曜日と月曜日を除く昼と夜になっている。開業は2017年である。主なメニューはせいろそば（十割蕎麦）、そばの実チャーハン、蕎麦豆腐天ぷら、

*そば酒房陽ざ志店主（わたなべ みつひろ）、**当学科専任講師（さとう しょうへい）、***当学科教授（かわて とくや）

Key Words：1）こだわりの食ビジネス、2）スローフード、3）生産と消費をつなげる

1) Particular Food Businesses about Quality Food、2) Slow Food、3) Connecting Production and Consumption

こだわりの日本酒、梅酒、焼酎等である。おつまみ（蕎麦前）として地域食材や蕎麦を使った創作メニューを提供している。

事業理念は、江戸時代の粋（いき）な習わしであった蕎麦前などを愉しんでもらいながら、地産地消及び事業主の人的ネットワークに基づき質が高く生産者の思いが見えて個性的な食材を使用しつつ、生産と消費をつなげていきたいということである。

JR及び小田急藤沢駅から徒歩5分という立地を生かしつつ、落ち着きある心地よい空間を形成しリピーターの獲得を基本としている。プロモーション戦略はホームページ、Instagram、Twitter等のSNSと口コミを基本としている。

2020年からはコロナ禍での営業となっている。

(2) 「食の学校」

「食」に関する情報発信のサイトで、生産者の声や消費者の声、在来作物や伝統食、スローフードなどの情報発信とともに日本の抱える食の様々な問題を教習し、閲覧者である消費者に学んでもらうことでの「気づき」、「選択肢の拡充」をしてもらうことを目的としている。コロナ禍の中で募集のあった神奈川県補助金事業にチャレンジし、採択されて2021年に開設した。

(3) 「食」の学校オンラインショップ

「食の学校」で紹介した食材を販売するECサイトである。「食の学校」同様、神奈川県補助金事業にチャレンジし、採択されて2021年にスタートした。現状では商品が少ないが、少しずつ増やしていく予定である。

(4) 蕎麦打ち教室と日本酒講座

隣接する茅ヶ崎市のカルチャーセンターの職員の方がたまたま来店し、後に検索しSNSで様々な取り組みをしていることを知り打診がありスタートした。2022年10月より「手打ちそば体験と地酒の話」(湘南モルフィル)と「知っておいしい地酒と肴」(茅ヶ崎)の2口座を担当している。

(5) 若者就労支援の受け入れ

筆頭著者の前職であるワーカーズコープ時代から継続して取り組んでいる。受け入れは要請があった時ということで不定期であるが、食の仕事に興味のある「就労困難な若者」と呼ばれるいわゆる引きこもりの若者たちの就労体験場として提供している。

2. 事業の立ち上げ

筆頭著者は1984年生まれで、神奈川県鎌倉市出身である。日本大学生物資源科学部食品経済学科（現、食品ビジネス学科）を2008年に卒業後、服部栄養専門学校に入学し調理技術や栄養学等を学んでいる。その後、神楽坂にて板前を経験し、横浜の一茶庵にてそば打ち技術を習得している。仕事づくりとまちづくりを目的とした協同組合である日本労働者協同組合（ワーカーズコープ）連合会センター事業団湘南事業所に6年間勤務した後、2017年4月11日より飲食店事業をスタートした。大学時代に川上(生産)から川下（消費、食卓）までのフードシステムについて学んだ。「食」を学び、生産から消費までの関わる人たちの大切な想いや正しい知識を知り伝える事の必要性に気付く。そして、子供の頃から好きだった料理を通して最終的にカタチにして提供する飲食店の仕事の大切さを痛感した。この頃からなんとなく将来はこの様な思いを伝えられる様な仕事ができたらいいかなくらいに考え始める。

特に授業の中では「スローフード論」が衝撃的で、スローフードに出会い伝統食、在来作物（伝統野菜）や保存食、地域食材などの「日本の食文化をのこしたい」という思いが芽生えた。しかし、どのようにするべきかわからずモヤモヤしていた。このような取り組みをどのように仕事に結びつければ良いのかははっきりとわからなかった。元々料理が好きで将来は飲食店をやりたいという思いもあり「料理を通じて伝えていこう」と決めた。そして仲間たちが就活して社会に出る準備をしていく中、調理師免許を取得するべく大学を卒業後、調理師学校へ進学した。専門学校を卒業し無事に調理師免許取得した。専門学校時代は大学での授業がとても役に立った。座学はほとんど知っている内容の優しいバージョンの復習といった感じであった。「日本の食文化をのこしたい」という思いを胸に飲食店で働き始めるが、店の事業理念や方針が合わず半年でやめた。

その後はワーカーズコープに籍を置き地域活性化をテーマに、地域と連携しながら、地域に必要な事業を立ち上げ、元気高齢者のデイサービス（市の助成金事業）、若者就労支援（仕事体験サテライト事業）等を経験した。3年目ごろに海岸沿いの施設で飲食部門の仕事を受託した。学部の学術サークルである食品ビジネス学学術研究会（愛称Highers☆）の学生の中で、食に興味関心、意欲のある学生に個別に協力してもらい、4月から10月末まで「海の家の実業」をやったり、デイサービスで蕎麦打ちをしたり、農業に携わったりしていた。神奈川の食農プロジェクトリーダーをつとめており、他の事業所の飲食部門の状況を把握し問題を解決したり、改善を図った。

さまざまな経験を積む中で改めて食の素晴らしさ、大切さを再確認する中で、やはり日本にある多くの「食文化をのこしたい」「食の素晴らしさ」「食の持つチカラ」を伝えたいと

考え、そば酒房陽ざ志を開業した。

飲食店の開業を選んだ理由は、「日本の食文化を残したい」「地域食材・在来作物を守りたい」と考えたときに、①料理が好き、喜んでもらえることが好き、②消費者に直接伝えられる、③食材をすぐに調理して提供できる、④ダイレクトに反応がわかるからである。

「なぜ、蕎麦と日本酒の店なのか？」という理由は、①蕎麦自体も日本の伝統食であり日本で古くから生産されてきた食材であること、②酒は約2,000年前から作られており地酒の歴史も古く、地域食・伝統食であること、③蕎麦も酒も日本の食文化に欠かせないものであり、蕎麦前にスローフードは合うこと（地酒とのペアリング）があげられる。つまり、地域食材と地酒を生かしつつ蕎麦と日本酒の店である「そば酒房陽ざ志」を運営することが消費者の近くで「食」の取り組み」を伝えやすいと考えたのである。

3. 事業の展開－そば酒房陽ざ志の6年間

(1) オープン前

オープン前にはやることがたくさんあった。店舗（物件）決め・内装デザイン、工事、搬入、案内状、店名、看板デザイン、ニュー作成、業者選定、仕込みなどなど、どこから手をつければいかさっぱりわからなかった。飲食店をやるうと考える人はまずなんの店をやろうとかコンセプトを決めることから始めるが、筆頭著者の場合は、蕎麦と日本酒の店をやりたいと考えていたので、最初は場所を決めることから始めた。実際は一個ずつ考えるというよりは同時進行であった。本来は店舗名と看板のデザインを先に決め看板を設置するのが店舗が決まって真っ先にやる方が良い。これは看板が出ていればなんのお店の工事をやっているのかが一目瞭然と通りすがりの方に宣伝になるからである。お店は居抜きだったので内装を取り壊し、不用品を処分するところからだ。最初は気合を入れてこだわり過ぎてしまいがちだが、経営を続けていくことを考えメリハリをつけてお金を使うと良いと思われる。陽ざ志ではカウンター（厳密にはテーブル）が一番高い買い物であった。自分でできることは自分でやった。内装も終わりいよいよオープンとなった。

(2) 1年目

忘れもしない2017年4月11日は雨であった。最初のお客さんは女性3名であった。前日は緊張でほとんど眠れなかったのをよく記憶している。メニューは絞って12～3品だった。写真もない文字だけのメニュー表であった。当日は肌寒かったこともありお客さんは温かい蕎麦を注文した。お客さんの一口目の表情を見逃さないように凝視した。頷きながら

笑顔になってくれたことで少し緊張はほぐれたが、その日のことはそれ以外全く思い出せない。やはりとても緊張していた。開店してからは毎日お客さんが多い訳でも無いのに、日々とにかくバタバタと忙しくしていた。閉店すれば仕込みをして、家に帰ると伝票入力、朝になればまた仕込みの繰り返しであった。いつお客さんが来るかわからないので開店中は何もしないでエレベーターの表示と睨めっこしていた。今思えばこの時間にできることがたくさんあったと思う。売上を上げようなどと考える余裕もなくなるとにかく慣れることに集中していた。結果的に1年目は赤字であった。

(3) 2年目

少しずつ周りが見えてきて利益をあげなくてはと思い始めた。そんな時に取材があった。効果があったのかはよくわからないが貴重な体験だったと思う。雑誌は3社掲載依頼があり、対応も三者三様で面白かった。担当者が来て丁寧に説明された後、日を改めて取材と料理撮影に来て提供した料理分の費用を払っていく会社もあれば、電話での日程打ち合わせだけで当日はカメラマンとアシスタントが来て「色が生えねえな」「あまりうまそうじゃねえな」とぶつぶつ言いながら撮影しつまみ食いをして費用は払わずに帰っていく会社もあった。電話で掲載の話をされて快諾すると質問のファックスとアドレスを送ってきて「質問の文字数指定通りに埋めて送ってください。」「写真も良いと思うものを10枚ぐらいください。」と言う指示だけで店にすら来ない会社もあった。蕎麦と純米酒の店という意味表示ができたので全国各地の珍味としてスローフードも少しずつメニューに取り入れていった。2年目の収支はトントンであった。

(4) 3年目

常連客が徐々に増えてきた。そこでさらに個性を明確にするために日本の伝統食や保存食も珍味に加えたり、「お客さんには元気で健康に生活して欲しい」と考えていたので巨峰サワーやグレープフルーツサワーなどの添加物の多いの飲み物をやめ、日本酒ベースの果実酒に切り替えた。またこの頃には自分が何故飲食店を開業したのかや食に対する想いを常連さんに伝えていった。少し店から距離を置く人もいたが大半は前のめりに話を聞いてくれて「大切な取り組みだから応援しているよ。」「面白そうだからイベントとかもやってくださいよ。」との声があり、安心したのを覚えている。共感してくれたお客さんはそれ以降ちょくちょく色々な情報を教えてくれる様になり、とても勉強になった。この関係は少しずつ共感の輪を広げながら6年目の現在も継続中である。お客さんの後押しで「お酒と美味しい食の会」の前身となるイベントができたのもこの年であった。なんとか黒字

になりホッとした。

(5) 4年目

コロナ禍に突入した。3年目にはファンも付いてしっかり黒字化でき、本腰を入れて「さあこれからだ!」と思った矢先の出来事だった。今振り返ってみると改めて食ビジネスに向き合うことができる大切な時間だったと思う。新型コロナウイルスが猛威を振るうにつれお客さんの数も減少した。店を開けてもお客さんは少なく、開店する以上は料理を仕込まなければいけないわけで、ロスが増える毎日であった。そこで思い切って緊急事態宣言中とまん延防止等重点措置中は休業し、食ビジネスと自分の事業への向き合い方を整理する時間とした。まずは蕎麦打ちの技術に関して今までは二八蕎麦を打っていたが、十割蕎麦に変更するべく勉強した。そして、メニューの拡充を図った。次は確定申告を自分で行うことにして商工会議所に相談に行った。2年目まではお店に集中するために税理士に依頼していた経理全般を商工会議所で一から教えていただいた。その際に担当者の方と雑談程度に自分の今後の目標をお話しするととても興味深く聞いてくださり、出来る限り協力するといってくださった。その時に勧められたのが「神奈川県中小企業・小規模企業再起促進事業費補助金」である(詳しくは後述)。これによって「食の学校」(HP)の作成に取り掛かることになった。またお世話になっている料理研究家の先生に声を掛けていただき、北海道へ日本短角牛の生産者訪問と加工場視察に同行する機会を得た。このご縁から、年末のおつまみセット(限定20食)のメインメニューを短角牛のローストビーフに決めた。コロナ関係の協力金で収支としてはギリギリ黒字となった。

(6) 5年目

引き続きコロナ禍であった。4年目同様に緊急事態宣言が続き、まん延防止期間は休業した。開店している時間は少なくなってしまったが、手打ち蕎麦を十割蕎麦に変更した。店の仕事が少ない分、時間も多く取れたので「食」に関わる書籍を月二冊ペースで読み込む事ができた。スローフードや在来作物の本や種子法についての本などを多く読んだが、それ以外にも、培養肉やテクノロジーにより食の未来が良くなるという様な筆頭著者が読む事が少ない本、つまり「スローフードに対するファストフード」「在来作物ではなくバイオテクノロジーによる生産」といった自分の興味関心と反対側にあることの本も読むことにした。これは友人のアドバイスで「反対側も知っておくことが必要だ」と教えてもらったためである。その他に、フードビジネスの専門家の卒業生として食品ビジネス学科産業社会学研究室の演習にも参加させていただいた。これは湯河原町の商工会とタイアップし

て湯河原柑橘を使った町の地域活性化プロジェクトの一環としてレシピや利用方法を紹介する冊子を作成するというもので、学生がレシピを考え、私はより良いレシピへと発展させるため、そのレシピに対してアドバイスをする役割であった。またそば酒房陽ざ志としては、学生が考えたレシピをお店でメニュー化しお客さんに楽しんでもらうことも提案していただいた。年末のおつまみセットには学生の一人の九軒花香さん考案の「イカすみかんなます」(イカとみかんのなます)を1品として採用した。お客さんにはとても好評であった。SNSでの発信が実を結び始めていたせいか、お店では飲食店の開業を考えているという方も現れ、開業相談も受けるようになった。「食の学校」も何とか完成し運営がスタートした。5年目は協力金により雑収入が大幅に増額した。黒字ではあるが自ら働いて稼いだものでなかったため、実感もなければ収入面ではやりがいを感じることは多くなかった。

(7) 6年目

相変わらずのコロナ禍の中、やや収束の兆しは見えてきた感はあるが協力金はなくなり、お客さんの入りもまだまだ多くはない。そんな中でも少しずつ前に進んでいる。湘南モールカルチャーセンターでの「蕎麦屋が教える。本格手打ち蕎麦と地酒の話」がスタートした。きっかけはカルチャーセンターの責任者の方がたまたまそば酒房陽ざ志にランチを食べにきてくださったことである。おいしいと感じ、私の活動をSNSで調べ、お店以外にも様々な活動をしていることに興味を持ってくださったようで、「蕎麦打ちの教室をやってくれないか」との依頼があった。いずれは蕎麦打ち教室を開きたいと常々思っていたので良い機会だと思い引き受けることにした。概ね好評だったようで、継続する事が決定した。茅ヶ崎では「蕎麦屋が教える！知っておいしい地酒と肴」の講座が2022年10月からスタートした。隔週の日曜日に開催している。

また、地域食材を使ったメニューの開発にも力を入れ、藤沢市長後産の梅を使った梅酒や熊本産きなしょうがをプラスした生姜梅酒を造った。その他、形が規格外だからという理由で出荷が難しい野菜を使った「曲がり胡瓜のさっぱり漬け」や三浦大根を使った「煮大根の天ぷら」などの新メニューにも着手した。開店当初から仕入れている地酒である海老名の「いづみ橋」の田植えや稲刈りにも参加するようになった。さらには、「食の学校」で紹介した食材を販売するサイト「食の学校オンラインショップ」(BASE)を立ち上げた。まだまだ販売している商品は少ないものの、良い食材の情報を伝えながら販売していければと考えている。

4. コロナ禍の中での葛藤と補助金事業への応募

突然、未知のウイルスが襲来したことにより日々の活動の制限と不安な日々がやってきた。そうした中で、感染源の中心と考えられたのは飲食店であった。感染者数の増加と共に来店者数は激減した。その際、①本当に飲食店が感染源なのか？ ②コロナ禍で営業していて良いのか？ ③お客さんには来て欲しいけど来て欲しくないなどということを目問自答する日々が続いた。

①飲食店が感染源なのか？ については、そもそも本当に飲食店が主要な感染源だったのかという疑問があった。もちろんお酒を飲むことで声が大きくなり飛沫が多くなることは否定できない。しかし、当店は一人飲みの方が多く、気をつけているお客さんが大半だったこともあり営業しても大丈夫だったかもしれない。また各飲食店の感染防止対策により差があったのだろうと考える。実際に緊急事態宣言下やまん延等防止対策下でも夜中まで対策無しで営業していたお店があり、中には深夜営業しながら協力金をもらっている飲食店もあった。適正な対応をしているお店がある一方で、この様なお店が多くあるのも事実である。これでは飲食店が感染源とみられても致し方ない様にも感じた。

②営業していて良いのか？ については、きちんと対策をしているとはいえ、感染が拡大し、命を脅かすウイルスが蔓延している中営業していいのだろうかと考える様になった。お客さんが減り、食材のロスやランニングコストの問題もあったが、何より「お客さんには元気で健康に生活して欲しい」と考えながらお店をやってきたのでとても苦慮することとなった。しかし、やはり人の命を預かる以上お客さんのリスクが大きくなる要因にはなるべきではないと判断した。

③お客さんには来て欲しいけど来て欲しくないについては、店舗での営業を休止する一方でテイクアウトを開始することにした。保健所に相談しにいき問題はないかも確認した。本来は届出が必要ではあるものの、有事ということもあり、事後申請でも大丈夫とのことであった。実際にテイクアウトの事業は1ヶ月以内に辞めた。通常営業をお休みしていることで心配した常連のお客さんが、店でテイクアウトをやっている旨を広告に掲載してくれた。これにより問い合わせが来る様になりありがたかったが、新規のお客さんの中にはたくさんのテイクアウト店の袋をぶら下げている方がおり、気になって聞いてみると「テイクアウトのお店が増えて、いろいろなお店をいっぱい回って好みのメニューをたくさん買い込んで家で好きなお酒を飲めるから楽しい」と言っていた。これを聞いた時にテイクアウトはやめようと決めた。理由は、動き回る理由を作ってしまったことと、これによる感染リスクが拡大していること、お店ではなく家で食べられるお店になってしまうと収束後に「テイクアウトでもいい店」になってしまうリスクがあると考えたからである。店

はいろんなお店がありいろんな考えや形態があるのでどの様な対応が正解かはわからない。各店舗が自分たちなりの正解を探していたと思うがそば酒房陽ざ志では完全休業を選択した。

そうした中で、休業中の過ごし方として、技術の見直し、事務処理、勉強をしつつ、自分がやりたかったことを整理し、補助金事業と出会い挑をすることになった。箇条書きにした休業中の過ごし方をどうするのかについては、店を始めてからはまとまった時間が取れなくなっていたので良い機会だと前向きに捉え今まで出来なかったことをやろうと決めた。頭を整理するために、現状やらなければならないこと（実務）、やることで自分にもお客さんにも良いこと（技術や勉強）、自分が今後本当にやりたいこと（夢、目標）などに大雑把に分けて振っていった。実務としては税理士任せだった伝票の整理や確定申告を自分で出来るよう改めることと、事業以外のプライベートの経費や税金の勉強をすることにした。「技術や勉強」に関しては、蕎麦を二八から十割蕎麦にすること、新しいメニューをいくつか作ること、日本酒の知識を深めることとした。そして、「夢、目標」は時間をかけて元々自分がやりたかったことと、事業をしていく中で新たにやりたくなったことを擦り合わせながら考えることにした。

次に、自分がやりたかったことの整理を試みた。改めて、「日本の食文化を残したい」「スローフードや在来作物を残したい」「食の抱えるさまざまな問題を共有し解決へ向かいたい」「消費者の選択肢を増やしたい」「生産者と消費者を繋ぎたい」ということを確認した。そこでまずは情報の発信が第一と考えた。そしてHPを立ち上げ情報発信をしながら食材を販売できないかと考えたり、そば酒房陽ざ志を食材を試食する店としても使えないかと考えた。またSNSを活用すること、ステップメールを使用することも考えた。そうしたことを考えながら、実務を相談しに藤沢市商工会議所へ足を運んだ。そこで大きなチャンスに巡り合うこととなった。

商工会議所で実務を教わりつつ、雑談で夢や目標をお話すると、担当の方が前のめりで話を聞いてくれた。筆頭著者の「食」に対する思いや構想を一通り聞いた後、「ちょっと待っていて下さい」と言い、裏から分厚い何かの資料を持ってきた。筆頭著者の前に資料を置くと「久しぶりに建設的な話を聞きました。みんなこういう話をして欲しいのですよね。」と言い、補助金事業の説明をしてくれた。最初は全国商工会議所の補助金事業の予定だったが、ほぼ同じ内容で補助率の高いものが県主導で出されたとのことで、そちらに切り替えた。この補助金事業を使って情報発信のポータルサイトを作ることに決めた。そして募集要項を読み込み、事業計画書と予算書の作成に取り掛かることとした。

応募した補助金事業の正式名称は「神奈川県中小企業・小規模企業再起促進事業費補助

金」である。これは、コロナ禍の影響を受けた中小企業や個人事業主に対する支援対策の一つで、非対面式の新規事業にかかる経費の4分の3の経費を上限100万円まで補助する事業計画書と予算書を作成し審査で認定されれば、事業に向かって活動し実際にかかった経費を後精算で補助する制度である。認定後は経費の報告書と2年間の収支報告書の提出を求められる。この間に利益が出ればその分の補助金は返還しなければならない。筆頭著者の場合は無事に認定され「交付決定通知」が届いた。補助金事業はお金を出してもらえるので助かる一方で、提出書類が膨大な量になることが多い。いずれにしても約93万円の経費に対して約70万円もの予算がついた。事業計画は提出期限もあったので短期集中で作成した。

事業計画書については、ポータルサイトと動画配信、メルマガとネットショップそして店舗をうまく組み合わせ「食」の情報発信をしつつ意識の高い生産者と消費者を繋いでいくシステムを構築し、オンラインショップを組み合わせることで地域食材や在来作物を販売し地域への愛着を生むとともに地域活性化につなげる。さらに実店舗とつなぐことで地域の生産者は直接消費者の評価が聞けて、消費者はプロから食材の調理方法が聞けるようにする。また、単発での関わりとならないようにメルマガ登録を促し定期的に連絡が届く様にしつつ動画配信で食材の生産状況や調理レシピを発信して、これにより地産地消のきっかけや地域活性化の一翼を担うとともに、自分たちの居住地にもそこで生産される食材にも興味関心を持ってもらい知識を得ることで消費者には「選択肢」を得てもらう。そして日本の食文化を守ると共に「食」の抱えるさまざまな問題点を解決していく方向へと向かう活動にしたいという内容を企画書としてまとめた。

予算書については、上記の活動に必要なパソコン、デジタルカメラ等の機械設備やポータルサイト、ECサイト設置費用として広告宣伝費、メルマガ利用料などのITサービス導入費などを申告した。全てを一人でこなすのは大変であったが、以前の仕事で行政関係の仕事をしていたこともあり、なんとかやり切ることができた。

そして完成したのが「ポータルサイト食の学校」「食の学校オンラインショップ」である。ここでは「潮かつお」を例示して説明したい²⁾。

潮かつおは鰹節より歴史が古く鰹節の先祖的存在である。静岡県西伊豆町田子地域で生産されている。田子地域は、以前は鰹漁が盛んで地域を支える大きな産業であった。(現在は取れなくなってしまう。)鰹が取れる時期は限られており、その時期に多く取れるが鰹は痛みが早い食材の一つである。なんとか保存が効くようにできないかと昔の人は考え塩蔵という一つの答えに辿り着いた。その後少しずつ保存方法が発展を遂げて鰹節(この地域では田子節)になっていった。つまり、潮かつおがなければ鰹節も現在の姿で

はなかったかもしれないのだ。もし現在の鰹節と違っていたら日本の出汁文化は無く、つまり蕎麦屋もできなかったかもしれない。飛躍的な解釈だと思う方もいるだろうが、必ずしもそうではないと思う。これは前述した人間の生命のつながりと同じ話ではないか。そして下火になってきているとは言え、現在も作られているのであれば大切に継承していく必要がある。もし一度でも途切れれば誰も知る人がいなくなり、運良く文献が残っており再現できたとしても正解の味やカタチは誰もわからなくなり歴史が途絶えることになってしまう。そうならしまえば文化の継承も発展も困難になる。今ある食文化を継承し発展させることで料理や食材も進化していくのだと考える。そのためには先人たちの功績を継承していくことは我々現代の人間の勤めだと言えるのではないか。以上のような思いを込めて、情報発信を試みている。



写真 潮かつおの作り手・芹沢安久さん
(カネサ鰹節商店)と潮かつお、筆頭著者

5. 今後の展望

こだわりの食ビジネスの今後の展開方向については、①厳選した地域食材やスローフードをネット販売することで「食」に興味関心のある方々を繋ぎ、日本の食文化を支える活動に発展させていくこと、②生産者の方々の想いをしっかり伝え、理解ある消費者との輪を広げ日本の食の活性化へつなげること、③就労支援を通して就農支援へ向い若い世代への伝統の継承をしていくことを目指したい。そして少しずつ輪を広げ日本の食の問題を多くの方に発信し解決していくためのきっかけにできればと考えている。まだまだ勉強不足で進むスピードは遅いが一歩ずつしっかり進んでいきたいと思う。

以上、さまざまな取り組みや想いを語ってきたがいずれも必ずしも順調に進んでいるわけではなく、多くの課題を抱えている。

最初に取り組むべきことは、取り組みへの理解者を増やしていくことと考えている。これは生産者も消費者もなく、現在は食に対する関心が低い人も含めてである。社会的関心の底上げをしていく必要がある。そして、そこからより深く知り中身の濃い議論ができるようにテーマコミュニティ³⁾を確立し育てていく必要がある。実務的な課題としてはポータルサイトの内容を充実させることも必要である。筆頭著者自身では「食」の見識を広げ続けることも大きな課題の一つである。日本の食が抱える様々な問題をどのように伝え、向き合っていくのかも考えなければならない。このように少し考えるだけでも課題は山積している。しかし逆に考えればこれだけ課題が出てくるということは、一つ一つを解決していけば先に進めるということでもあるので努力のしがいがあるとも言える。

今後の展望については、第一に、様々な交流会を開き裾野を広げることがあげられる。たくさんの人と交流し自分が何を考え、何をしたいのかをしっかりと相手に伝えていくことがとても大切と考える。自分が口に出した目標を語ることで自分の耳からも自分の目標が聞こえてきて前向きな気持ちになるし、聞いていた相手がアンテナを張って有益な情報を教えてくれることもある。

第二に、現実的に実現出来そうな目標から取り組みを進めたいと考えている。具体的には、「生産者お手伝い（訪問）会」「食問題勉強会」「食の学校農園」「酒蔵見学会」「生産者と消費者の交流会」「蕎麦打ち体験教室」「保存食・発酵食生産会」などを計画・実施している。

第三に、ポータルサイト（HP）、ECサイトの強化があげられる。正しくてためになる情報を発信し続けることで多くの人の目に触れるのはとても大切である。現代社会は誰でも多くの情報を発信できる。一方で正しくない情報も多く出回っており、情報操作も容易にできる。この様な情報に踊らされると間違った方向に進んでしまいがちである。そうならないためにも情報をしっかりと精査し、発信していく事が大切である。とともに、良いものを作っている生産者の方に適切な収入が入り、事業が継続できるように応援していきたいと考える。さらには、全国各地の地域食を紹介しつつ、ECサイトで販売し、生産者、食の学校ともに適正な収益化を図りたい。

第四に、適正価格の実現と消費者の選択肢の増大に向けた取り組みがあげられる。情報発信と共に、テーマコミュニティの輪を広げ、生産者は自分の納得いく食材を作り納得のいく価格で販売できるよう（適正価格）にして販売し収益化する。消費者は生産にかかるコストを知り、農薬、遺伝子組み換え等とは何なのかを学び適正価格を知ることで購入時の選択肢を増やし得るようにしていくことが大切と考える。消費者も理解、納得の上食材を購入し美味しく健康で安全な食材を手に入れることができるようにする。つまり、正しい情報をいかに楽しく、わかりやすく伝えていくか（アウトプット作業）が大切である

とともに私自身が新しい情報を常に学び続けなければこの活動は成り立たない。この活動はたくさんの方に「食」の持つ魅力や大切さ、また抱えている多くの問題を知ってもらいカラダと心に大きな影響をもたらす「食す」ということを自分で考え判断する材料にしてほしいと思うし、そうなるように願っている。

むすびにかえて

コロナ禍は飲食店にとってはきわめて苦しい状況を生み出した。筆頭著者の場合は特にそば酒房陽ざ志の事業がようやく軌道に乗り始めた矢先のことであり、しばしば絶望的な気持ちに陥った。

しかし、休業期間中に様々な見直しを行い、事業理念や方向性を確認しつつ、新たな技術や知識、人的ネットワークを取得することができた。さらには、幸運なことに、今後の事業展開にとって必要な事業について神奈川県補助金を得て、新規事業に着手することが出来た。

「食は人間の健康な生活に欠かせないものであることはもちろん、大きな楽しみであり、喜びであると共に大切な生命活動である」ということに気づいてくれる人が少しでも増えて行くことが喜びでありまた、このような活動を通じて第1次産業が活性化し、さらには後継者問題の解決へと繋がるように精進していきたい。

注

1) そば酒房陽ざ志及び食の学校については、以下を参照されたい。

- ・そば酒房陽ざ志：<http://www.hizashi-fujisawa.com/>
- ・食の学校：<https://www.shoku-school.com/>

2) 潮かつおについては、以下を参照されたい。

- 潮かつお（スローフード日本）：<https://slowfood-nippon.jp/bonito-preserved-in-salt/>
- 潮鰹とは？（カネサ鰹節商店）：<https://katsubushi.com/catalog10/>

3) テーマコミュニティについては、石田（2008）等を参照。

参考文献

- 石田正昭編著（2008）『農村版コミュニティ・ビジネスのすすめ－地域再活性化とJAの役割』家の光協会。
- カルロ・ペトリニ著、石田雅芳訳（2006）『スローフードの奇跡－おいしい、きれい、ただしい－』三修社。
- 日本大学食品ビジネス学科編著（2021）『食で人を幸せにする食品ビジネス学入門』第2版、オーム社。
- 島村菜津著（2003）『スローフードな人生－イタリアの食卓から始まる』新潮文庫。

