

ポリテイクタスの世紀こそ、憲法の出番である。そして脱戦争の世紀である21世紀こそ、9条が真価を發揮する時代なのだ。

憲法9条を実践する日本は、アメリカの力に頼る戦略に最終的な引導を渡すことになる。その時はじめて、日本は中国、朝鮮半島をはじめとするアジアの真の一員としての地歩を築くことになるだろう。

どうしたら、それを実現できるか。私たち一人一人が主権者としての自覚を持って行動することだ。私たちの行動によって野党勢力の政治的自覚を促し、私たちの意思を体して行動するよう奮起を促すことだ。私たちが変われば日本の政治を変えることができる。日本の政治を変えることができるのであれば世界を変えることができるのである。

(あさい・もとふみ／元広島平和研究所所長)

## 「食と農」——韓国の場合

# スンチョン・ローカルフード運動の秘密

田中博

「参加している農家は600戸でしたっけ」

「いいえ、もう900戸になりましたよ」

全羅南道にある人口28万人の地方都市スンチョンのローカルフードストアで経営本部長をしているナムチャンウさんが訂正する。そして、涼しい顔で一言、付け加える。

「2020年にはもう一店舗増えて、合計3店舗になります」

いま、韓国では地域の農産物を地域で消費するローカルフードストアが注目を浴びている。

日本の「道の駅」にあたる地産地消の直売コーナーをベンチマーキングして誕生した韓国のローカルフードストアは、2019年末で469カ所と「本家」以上に成長した。

最初に全羅北道のワンジュ郡で始まったのが2008年、農協が本格的に始めたのが2013年だ。当時は韓国全土で32店舗しかなかったのだから、7年間で15倍近く

に増えたことになる。

もちろん、ローカルフードストアといってもいろいろなスタイルがあり、大きく3つに分けられる。

まず、既存の農協が経営するハナロマーとというスーパーの一部を区切って「ローカルフードコーナー」としているタイプ、これが一番多い。

つぎに、地域農協が独立店舗を作り、経営しているタイプ。僕が住んでいるナミヤンジュのチンジョプ農協はこのタイプ。地域の農産物を扱うため、品ぞろえは物足りないが、新鮮なのが魅力だ。

そして、協同組合や株式会社など農協とは別組織を作って運営しているタイプがある。このタイプはローカルフード運動と自称して市民運動や消費者運動の側面も強調する。スンチョンでは市民や生産者、そしてスンチョン市が株主になって官民一体の運動になっている。

今、スンチョン・ローカルフードは2店

舗持ち、国家庭園の敷地内にある1号店は2016年、大きなマンション群のある住宅街にある2号店は2018年にオープン、そして今年3号店を準備している。

「オープンする前、2014年から2年間、準備期間がありました」

と説明してくれたナムチャンウさんは、準備期間の時からメンバーだ。

「でも、そのときは売り上げもないし、人件費や準備の費用はどうしたんですか?」

「スンチョン市の予算で4名が立ち上げメンバーとして活動したんです」

スンチョン市がお金を出す? 2年間、4人分も!

ナムさんから見せてもらった年表をもとに話をまとめると、だいたい次のような流れだ。

ワンジュ郡のローカルフード運動が成功しているのに影響をうけて、スンチョンでもローカルフード運動を始めようという声 が市民団体などから上がり、2013年から活動を始めたという。

まず、8月にスンチョン市内全域400キ口を徒歩で歩き、地域経済の活性化や零細農家への政策の必要性を訴えた。この行進には延べ500名の地域の市民が参加して、この中でローカルフード運動が具体的な形になってきた。

翌年の2014年にはローカルフード育成と支援に関する条例ができ、この条例をもとにしてナムさんたち4名が民間支援チームとして9月から活動を開始した。

この時の一番大きな仕事は地域での説明会。2年間の準備期間の間、合計273地域、5290名が参加して行われた。この説明会はローカルフードの必要性やこれからの計画を説明するだけでなく、参加した農家の経営状態や栽培品目などもチェックしていった。

2015年3月から法人設立の妥当性に関する調査が専門機関によって行われ、12月からは株主募集の巡回説明会が実施された。株式会社全体の49%がスンチョン市、残りの51%が市民や生産者の公募株主だ。翌年の2月には1089名の株主が参加して設立株主総会が開催、5月に1号店がオープンしたというのが大まかな流れだ。

「大規模農家はデータがあるのですぐわかりますが、規模の小さい農家は現場で確認しないとわかりません」

ナムさんがローカルフード運動に参加し



上:ローカルフードストア内、下:NO!ジベレリン(成長ホルモン剤)と書いてある果物

ている農家について説明する。

ローカルフード運動の一番の目的は、お年寄りの農家や女性の農家、家族だけでやっている農家などいわゆる零細農家だ。これらの農家を作った農産物に適切な価値を与える、つまり、ちゃんと売って、現金収入を得るとというのが、この運動の第一の目標だ。

というのも、最近は大手のスーパーも農協も、場合によっては生協も安定供給のために大規模農家との契約を優先するようになってきている。その結果、零細農家の農産物は既存の流通ルートからこぼれ落ちてしまい、せいぜい定期的に行われる伝統市場で売ったり、あるいは周りの人に配ったり、

それでも残ると最後は捨てる時もあるという。この現状を打破するためにローカルフード運動がある。

そのため、ナムさんたち準備チームはスンチョン市内全域を巡って、零細農家をピックアップしていき、参加を呼びかけたという。スタートの時は600戸ぐらいだったのが、現在は900戸に増えた。そして、単に出荷してもらっただけでなく、栽培時期などを調整して農産物の出荷が途切れないようにも努力している。

「もうひとつの目的は安全で安心できる地元の農産物を市民に提供することです」

スンチョン・ローカルフードで取り扱う農産物は除草剤や成長促進剤の使用が禁止になっている。韓国では果実の出荷時期を調整するために成長促進剤を使う果樹農園が多いが、これを禁止したわけだ。農薬は法定基準値以下であるが、実際は基準値の50%ぐらいに留まっているという。もちろん、独自に残留農薬の検査も行なっている。実は、韓国の生協は有機農産物を取り扱うところが多い。しかし、スンチョン・ローカルフードは零細農家が多いため、負担の大きい有機農業は今後の課題となっている。それよりも、まず、いま辛うじて営農している零細農家を支えるところに比重を置いていく。

この方針は、スンチョン・ローカルフードの7つの価値というキャッチフレーズにもよく表れている。この7つをみると、韓国のローカルフード運動がどのような方向性を持っているのかよくわかるだろう。

- 1 家族農家、小農家、零細農家、高齢農家、女性農家に配慮する。
- 2 地域経済の循環と自立の基盤を構築する。
- 3 都市と農村が交流し、地域共同体を作る。
- 4 画一化を避け、多様性を尊重する。
- 5 次の世代の食料についての教育と支援を義務とする。
- 6 自然環境と伝統文化を守り磨いていく。
- 7 新鮮で安全な食べ物で地域住民の健康を守る。

このために、都市の住民が農村を訪れるファームツアーを定期的に行い、また子供たちへの食育教育を開催し、生産者のための栽培技術指導なども実施している。ストアに足を入れると、約200坪ほどの小規模なスーパーといった感じだ。売り場には野菜、果物、肉類、加工品などが並んでいる。一般のスーパーとの一番の違い

は商品の価格表に生産者の名前が記載されていること。農家は自分の判断で価格をつけ、売れ残りは農家が回収することになっている。このため、売れ残りが出ないような金額が経験しながらだんだん分かってくるという。

加工品の中にはスンチョン市が運営する加工センターで農民自ら加工した商品もある。ここでも、地域内での生産―加工―販売という循環と自立を大切にしていることがわかる。

今、一番の課題は何かと尋ねると、やはり高齢化だという。

「農家の多くは60代、70代。規模が小さいので、後を継ぐことは難しい」という答えが返ってきた。年寄り夫婦が食べる程度なら大丈夫だが、子供の教育費などを心配しなくてはならない世代には、この規模では収入が足りないということだ。この問題はスンチョンだけの問題ではないので、今後、解決のための試行錯誤が全国レベルでも続くだろう。

自由に韓国へ行き来ができるようになってきたら、ぜひスンチョン・ローカルフードを訪れて、今日紹介できなかった秘密を発見してほしい。

(たなか・ひろし／韓国草の根塾)