こんなんしてます。

わだいのしごと

— 90 —

梅王国の正念場

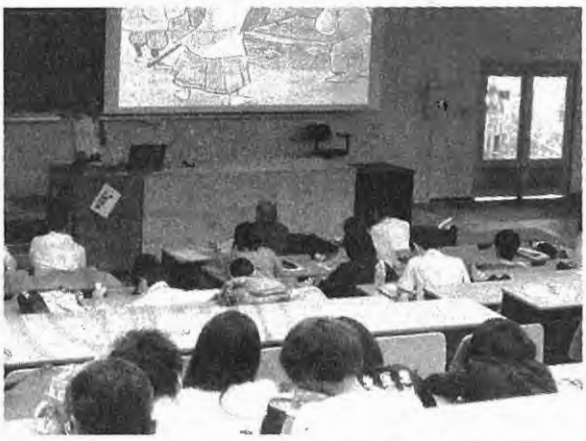
みなべの梅

和歌山県の梅収穫量は全国の60%以上も占め、他県が束になってもかなわないほどの梅産地です。中でもみなべ町は和歌山県内収穫量の半量近くを占める文字通り梅王国。この梅王国でいま何が起こっているのでしょうか？

1980年は、日本にとって一つのエポックでした。私たちの身体を作る栄養素には、タンパク質(Protein)、脂質(Fat)、炭水化物(Carbohydrate)の三大栄養素があり、どれかに偏ることなくバランスの良い食生活が大事です。このP：F：C割合が、ぴったり適正比率を示したのが1980年。ちょうどその頃、日本人の平気寿命が世界トップに躍り出ました。

日本人の長寿の秘訣(ひけつ)は、ご飯を主食とし魚や野菜などのおかずを摂取する日本型食生活にあると世界でも注目されました。国内でも健康ブームが起き、健康食品の代表として梅の需要が一気に増加。「作れば売れる」時代に突入したのです。それは地元農家に莫大な収益をもたらし、梅御殿があちこちに建ったとのこと。梅農家は、余剰金を惜しみなく投資に回し、高性能の設備導入や農地造成と急ピッチで拡大路線を走りました。

そしていま、青梅や梅干し消費の減退から、産地では繁栄から一転、生計が成り立たないほど、貯蓄や借入金で経営を維持している状況だというのです。一方、私たちの食生活も洋食化が進み脂質が過剰摂取となっています。白いご飯に梅干しの食生活は郷愁の世界に行こうとしているのでしょうか。



授業風景

企業30年説

企業の平均寿命は30年との説があります。また、製品は市場に登場すると、成長し安定し、やがて衰退するというライフスタイルを持っています。人間も企業も製品も寿命があるのです。これを延命するには絶え間ない経営革新や新商品開発、独自の経営理念が必要とされます。

梅干しの爆発的ヒットから約30年。いまが正念場と、産地では種々の模索が始まっています。先日、筆者の授業「グローカル起業論」に生産者をお招きしました。起業とは現状改革(イノベーション)から発想されます。改革は現状の不足や危機から芽吹くものでもあるため、いま、みなべが危機に面しているのなら、産地のライフスタイルとイノベーションについて学ぶには格好の内容です。

当日はみなべ梅干生産者協議会から稲見会長、山本、坂本両副会長から惜しみない情報を頂きました。彼らは自らの産地について冷静に分析されていました。つまり「梅産業の発展と共に梅の単一栽培に特化し、経営リスクの分散ができていない。個々の農家が大規模化し、かつての地域共同体・集落営農の意識が薄れてきた」というのです。成功体験からの自信過剰や規模の追及への反省、産地結束の原点に気付いたこの自覚にイノベーションへのヒントがあるのかもしれません。

受講生全員で梅干しを試食しましたが、「酸っぱくて食べられへん」と悲鳴を上げる女子学生もいるなど、最近の嗜好(しこう)の変化は一筋縄ではいきません。しかし、当日の講義では、明治期に山間の貧村であったみなべが、窮乏の中でも品種改良や栽培技術を確立し、超一級ブランド南高梅を生み出した先人の努力が紹介されました。栽培に没頭した先人を受け入れ、尊敬し、力を合わせ産地化した農民の気質が、当日の3人の方々にも脈々と受け継がれているように感じました。このままでは終わらない、産地の底力に注目していきます。

自動販売機で購入する新製品カプセル入り梅干し

プロフィル

湯崎真梨子(ゆざき　まりこ)
和歌山大学産学連携・研究支援センター　教授
専門は、農村社会学、地域再生学。自らが研究するだけでなく、地域と大学が共に成長するプロジェクト研究をコーディネートしている。