

| | | | |
|--------|------|------|-------------------------|
| テーマ： | 長岡野菜 | 訪問日時 | 1月 25日 |
| 1年 組 番 | | 訪問箇所 | 東京シティ青果市場 (大竹道茂氏の講話) |
| 氏名 | | | やまの王様 |

～長岡と東京 Vegetable～

1 学習したかったこと

東京シティ青果市場では 野菜の流通・ブランド野菜・PRやサービス関係、品改良・施設に関して学習したかったです。大竹道茂さんからは、主に江戸東京野菜の栽培・生産・知名度・販売に関して学習したかったです。やまの王様では、調理やサービスについて

2 学習内容

(1) 東京シティ青果市場 この市場は世界1位をほる市場です。規模や種類が多く、日本の中心市場になっています。

特徴 1年を通して食べられる、季節に関係なく、どの野菜でも好きな時に買うことができる。

全国の野菜が流通しているので、知らない野菜、名前がたくさんありました。

東京 270種類 その日に仕入れたものは、その日にすべて売る。買う人たちにその日の新鮮な野菜を提供するためだから保存することは一々かけません。

全国 800種類 売り方 この3つのやり方を使って、それを1つの野菜へ

新潟 60～80種類 セリ・相対売り、契約売り あっていい売り方をしています。

施設の人は睡眠時間1ヶ月なく(2時間)とても大変だそうです。過酷だと言っていた。

(2) 大竹道茂さん 大竹さんは平成元年から江戸東京野菜の復活に力を入れ、取り組みをしていました。江戸東京、伝統野菜研究会代表にもなっています。江戸東京野菜のお話をたくさん聞いてきました。

江戸東京野菜、てなにか?

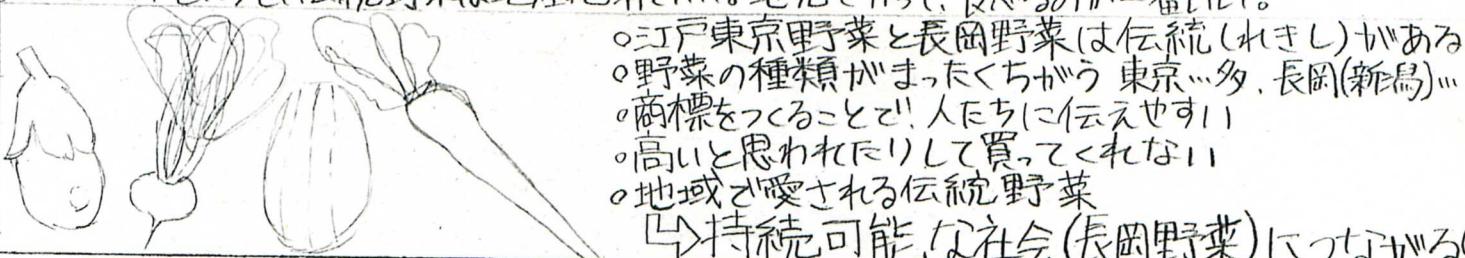
- 1 季節限定で旬がある、東京の伝統野菜
- 2 自家受粉でタネをとることができる固定種
- 3 江戸へ昭和の各時代に都民の食生活を支え 食文化を育んだ野菜

タネを増やすことに成功した。生産者に分けたりして生産量は増えます。2011年には「江戸東京野菜」を商標登録。現在22品が認証され、今後も増えていくそうです。

たくさんの農業、都市農業、中山間農業、島農業 野菜に合った作り方をしている。伝統野菜は味で覚えてもらう。

どちらかというと、伝統野菜は地産地消です。地元で作って、食べるのが一番いい。

- 江戸東京野菜と長岡野菜は伝統(れきし)がある
- 野菜の種類がまったくちがう 東京…多、長岡(新潟)…少
- 商標をつくることで、人たちに伝えやすい
- 高いと思われたりして買ってくれない
- 地域が愛される伝統野菜
- △持続可能な社会(長岡野菜)につながる



③ やせの王様 客層20~40代女性 知らない野菜をここでは食べることができる。
すく楽しめるお店。

コンセプト「身体の中からきれいになる」 今年で4年目

PRサービスについて

・インターネットを中心にPRをしている。ホームページとぐるなびという飲食店の検索サイト。
ショップカードやパンフレット、ランチセディナーのサービス券を街中で配布する。
・年中行事(クリスマス、バレンタイン、ハロウィンなど)にちなんだ料理を出す。店でイベントもやる。
・イベントを通して、リピーターを増やす。→販売数が増える。
・和食、洋食などのいろいろな調理方法、出し方を提供している。
お客様に楽しんでもらえるように、

・めずらしい野菜を使っている (こういうお店はない!)

・お店ならではのPRサービス

東京…食べたことのない野菜がある、長岡…普段食べている野菜。

③まとめ、考察

伝統野菜(江戸東京野菜や長岡野菜)は、全国にでてくる必要はない。地元で作られて、食べるというのが、伝統野菜の理想の姿である。伝統野菜はその地域の姿。なくてはいけないものだ"とわかった。(その土地の土であり、気候でつくられる野菜は決まる。) 施設関係では規模がまったくちがった。東京三青果は世界1位。大きさによって集まる野菜はかかる。ブランド野菜では、共通点がたくさんあった。歴史がある。一度消えかけてしまった。地元で作るのが一番がいい。登録数が少くない。「～野菜」とかの商標があるので、印象に残りやすい。PRサービスでは、東京ではとても考えられて行われている。どうしたら買つてもらえるのか、来つてもらえるのか。お客様や相手におしつけないことが大切だ"とわかった。

④持続可能な社会、長岡野菜にするには、今回の学習を通して…、長岡野菜を伝える(PR)やり方を変える。大きなことをやらないと知つてもらえない。長岡(地元)で愛される長岡野菜にする。長岡野菜ならではの良いところをここはどんな野菜にも負けないところを地域の中で、伝える。

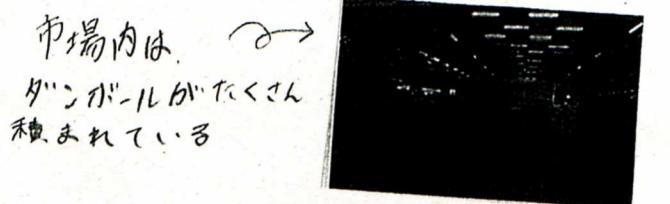
これをすれば、もっともっと長岡野菜の知名度があがって、もしかしたら、観光客が来て今よりもずっと長岡が有名になつたり、発展したりして、長岡野菜だけでなく長岡が、持続可能になる。大切なことは小さなことから、時間がかかるかもしれないからコツコツとすること。必ず成功する。

タイトル：生産者と野菜の関係と季節の関係

| | | |
|--|---|-------------------------------|
| テーマ：長岡野菜 | 訪問日時 | 1月 25日 |
| 1年組番 | 訪問箇所 | ○東京シティ青果（大竹道茂さんの話） ○やさいの王様 |
| 氏名 | | |
| （東京シティ青果・大竹道茂さんの話） | | |
| 1. 学習したかったこと | | |
| ・お客様が増えるように、イベントなどは行っている？ | <u>学習したかった理由</u> 長岡野菜のイベントを開催するに応用できることから。 | |
| ・野菜の新種開発や品種改良を行っている？ | <u>新種開発などはどうのうに行なうと決まるのか</u> 知りたかったから。 | |
| ・江戸東京野菜の知名度を上げるために行っていることは？ | <u>同じ地域野菜として、PR方法や活動を学び長岡野菜にも応用できる</u> ことから。 | |
| 2. 研修でわかったこと | | |
| ・東京では江戸東京野菜（地域野菜）を支す、地域野菜発祥の地に野菜を愛してもううことを大切にしているところが長岡との共通点。 | | |
| （メリット） | | |
| ・野菜の新種開発や品種改良がお客様の意見を市場では聞くことができる、新種開発などがしやすい（要望にてえやすい） | | |
| ・市場では、全国各地の様々な野菜を集荷しているので、あまり知らないなかで野菜も築地に集荷されるようになれば、知名度をあげることができる。 | | |
| （デメリット） | | |
| ・かぼちゃや玉ねぎなどが最近輸入が増えてきていて、海外のものは国産よりも安価なので売れているが、国産のものが売れなくなってしまっている。 | | |
| （工夫点） | | |
| ・「江戸東京野菜で立ち興し」を行っている | | |
| ・野菜の説明板を立ちに立てることで興味を持つもらう。 | | |
| ・小中学校に大根の種を渡し栽培してもらうことで、地域野菜を身近に感じもらう。 | | |
| ・つく、た1000本の大根を無料で配ることで味を覚えてもらう。 | | |
| ・小中学校で地域野菜をつくることで商店街のオリジナルのものをつくって（実際にすでにつくった）。 | | |

3.まとめ・考察

- ・全体を通して、生産者とのつながりを大切にすることだけでより良い野菜をつくることができる、ということをわかったし、安価だからといって、海外の輸入したもののは"かりて"ではなく、国産のものの良さを知りながら、野菜を買うときには大切だ"と分かった。
- ・地域野菜を広めることも大切だ"が、まずは地元の人々にしっかりと認識・意識してもらうことで、持続可能な社会につながるのではないか。
地元の人との交流を大切に!



〈やさしい王様〉

1.学習したかったこと

学習したかった理由

- ・PRやサービスなどは? PRなど"を学び、長岡野菜でも応用できると思。
- ・イベントなどは? PRと同じく、1年間のハロウィンやクリスマスなど"と野菜をつなげてイベントを行っているかを学び、長岡野菜でも応用できると思。

2.研修でわかったこと

〈メリット〉

- ・ネットを使ってPRすることで、より多くの人に知ってもらえる
- ・女性をターゲットとし、女性にあった、ラーマで料理をつくることで、リピーターなど"を増やせる(口コミなど"で広めてもらう)

〈工夫点〉

- ・季節を感じられる料理にする
- ・なるべく野菜には手を加えず、素材の味を生かす。

野菜の
しゃがしゃが



3.まとめ・考察

- ・PRには、ネットを使うだけでなく、リピーターの方にも口コミなど"で知り合いで広めてもらう、ということをわかった。
- ・季節を感じられる野菜を使って、季節を感じられる料理にすることで、季節がわかる"と行きたいと思ってもらえるので、持続可能な社会につながるのではないか。

| | | |
|----------|------|-----------------------|
| テーマ：長岡野菜 | 訪問日時 | 1月 25日 |
| 1年 組 番 | 訪問箇所 | 東京シティ青果株式会社 やさいの王様 |
| 氏名 | | |

「江戸東京野菜の歴史：伝統野菜を伝える」

①何を学習したか、たのか

〈知りたかったこと・比較したかったこと〉

①江戸東京野菜の歴史はどんなものなのか？

・長岡野菜との、共通点・相違点を見つけてか、たから。

②江戸東京野菜をどのようにPRしているのか？

・PR方法を知れば、長岡野菜にもつなげられると思ったから。

③伝統野菜をこれから世代に伝えようためには？

・これからもずっとながらさせずに、伝統野菜を残していくにはどうすればいいのか知りたかったから。

②研修で分かたこと

〈知りたかったことについて〉

①江戸東京野菜は1つ1つ物語がある。

○地域とのつながりが強い。

・その地域の名前が野菜の名前に入っている。

○在来の固定種にこだわっている。

○昔からの伝統の味

・江戸は、急な人口の増加で、野菜が不足していた。

・そこから、地元からたくさん的人が種をもってまたことで広まつた。

・江戸のお土産は、品種改良された種が定番。

・そして、いろんな人、いろんな所に広まつて、江戸東京野菜がで生た。

②イベントや説明板を開き、知つもうたけでなく、町おこしまで行つた。

○たくさんのイベント

・寺で、大根を1000本無料で配る。

・駅で大根をつくる。

・大根引っこみ大会。

} 見た目だけではなく味も知つてもらえると同時に、開いた場所に人が集まる。

- ・江戸東京野菜の説明板を50か所に設置
 - ・昔はここでこんな野菜をつくっていたなどの説明が書いてある。
 - ・分かりやすい場所に設置して、興味を持てもらえることができた。
- ・地域の学校にも広がってきてている。
 - ・小学校の給食に使われている。
 - ・中学校では野菜栽培が必ずにつく3のほう地域に結びついた野菜で
 - ・→その野菜がホテルで食材になった。

③ 地域の人に味を知らせてもらう

- ・伝統野菜の歴史を伝える。
 - ・実際に深く関わっている人から学生に話をしてもらう。
 - ・その話から、伝統野菜に興味を持てもらう。

〈お話を学んだこと〉

① フードマイレージ

- ・食べ物の重さに、運ばれてきた距離を加えた数値のこと。
- ・フードマイレージが小さいほど環境にやさしい。
- ・日本はフードマイレージが他の国に比べ、とても高い。

② 食料自給率

- ・日本の食料自給率は40% → 私達の食べている物の60%は外国から。
- ・食べ物の輸送距離が長いほど化石燃料が使われ、多くのCO₂が排出される。

③ 地産地消

- ・地域で生産された食べ物をその地域内で消費すること。
- ・地産地消の野菜は他の野菜と比べ、新鮮で安全。
- ・輸送によるCO₂排出量も減らす。

地域の伝統野菜を
食べていけば
環境にもつながる。

③ まとめ、考察

長岡野菜の研修で、江戸東京野菜のPR方法や、どのように地域に根がついていったかがよく分かりました。このことを長岡野菜につなげて考えていきました。

「地産地消」を目指して、長岡野菜をたくさんの人におめでたいと思いました。

| | | |
|----------|------|--------------------------------|
| テーマ：長岡野菜 | 訪問日時 | 1月 25日 |
| 1年組番 | 訪問箇所 | 東京ミティ成果 →大竹道茂様のお話 やさいの王様 |
| 氏名 | | |

テーマ

江戸東京野菜と長岡野菜

1. 学習したかったこと

「知りたかったこと」

① ブラニドに関する

→ ブラニド野菜を取り扱っていいのかが（東京ミティ成果）

② PRやサービスに関する

→ どうPR方法なのか、おいしさを広めるPRをしていいか

③ 野菜の品種改良や新種開発について

→ 品種改良・新種開発していいか

④ 栽培や生産に関する

→ 気候とか（大竹様のお話）

理  由

長岡野菜や江戸東京野菜は「ラニド品だ」から ブラニド野菜について
知りたかったと思つたから。また、知名度を上げるためにはどうしたらいいかを
していいかまさにそこからして、テーマに沿つていたから。

「比較したかったこと」

- ・ 東京でのPR方法・長岡でのPR方法
- ・ 栽培や生産方法について

理  由

長岡では、していいPR方法と東京のPR方法を比較することだ
本当にいいPR方法がみつかるかもしれないと思つたから。
栽培や生産方法は、場所によってちがうのでどうちがうのが
知りたかったから。

2. 研修でわかったこと

ト話を聞いて知ったこと

- ① ブラント野菜としては取り扱ってほしい。
→ 地域の野菜として扱っている。
- ② 東京三ティ成績… だいこんを目標の数まで無料にして、そのものの
おいしさなどを知らせる。

やさいの王様… インターネットを中心にPRしている。また、販売数を
拡大するためにリピーターを増やす取り組みを
している。

③ 品種改良や新種開発は一つの課題

例) 黒いだいこんを
つくって

つくります

- ④ 東京の西と東でもつくらるものがちがってくる。

「PR方法のちがい」

長岡 チラシ、ポスター、試食、イベント

知名度を
上げる

東京 インターネット、ショッピングカード、パンフレット
イベント

リピーターを
増やす



東京と長岡でPR方法がいろいろちがっていることを
知ることができました。またどのPR方法にもメリットと
デメリットがあるのをうまくあわせてPRをしていかないと
いけません。

3.まとめ

1番はPR方法についてで、長岡と東京ではPR方法が
ちがってからでうまくあわせていかないといけないんだな
と思いました。長岡野菜も江戸東京野菜も知名度を
上げるためにPRは大切なので工夫していけたらいい
なと思います。学んだことを活かしてPR方法を考えていきたいです。

| | | |
|----------|------|---------------------|
| テーマ：長岡野菜 | 訪問日時 | 月 25日 |
| 1年組番 | 訪問箇所 | 東京シティ青果市場株式会社 |
| 氏名 | | 大竹道茂さんのお話 やさいの王様 |

1. 学習したかったこと

東京シティ青果市場株式会社

東京シティ青果市場の特徴、野菜の流通、ブランド野菜、PRやサービス、野菜の種改良や新種開発、仕事に関することや施設に関してくわしく知りたかった。

大竹道茂さんのお話

江戸東京野菜、栽培や生産、PRや知名度に関してくわしく知りたかった。長岡野菜とのようなことが違って同じなのかな、学びたかった。

2. 研修でわかったこと

東京シティ青果市場株式会社

築地市場は、昭和10年にオープン、野菜と魚を売っている。野菜は日本2位、世界1位の売り上げを誇っている。3年後に移転する。

〔野菜の流通について〕

せり、あいだい売りといふ売り方をしていて、江戸東京野菜は人気がある、270種類800品目を取り扱っている。野菜の保存はせずに、その日のうちに売る。市場法で反になる。出荷量が多いのは、北海道、2番目は茨木県、新潟県は26位。

〔ブランド野菜について〕

江戸東京野菜は売り始めた頃(7年前)は、1年で6000円しか売れなかたが、現在は、300万円も売れている。しかし、この売り上げ額は、築地市場全体の売り上げ額(1000億円)の1%にも満たしていない。手軽に買ってもらえるところまで行っていないのが現情。野菜の交配種と、「江戸東京野菜」は形などの違いから、区別して販売中。又、お話をくださった方は長岡野菜を知らず、市場でも販売していない。

〔PRやサービスについて〕

日本橋で、伝統野菜(江戸東京野菜、長野伝統野菜など)をPRするイベントを行っている。

【野菜の品種改良や新種改発について】

品種改良や新種改発を進めている。たくさんのところに情報を発信しようとしている。

【仕事に関するこや方施設について】

1日に約4万2000人が働いている。仕事は大変だが、達成感が味わえるととてもうれしい。近年は、国産野菜が余っているが、輸入野菜が多く輸入される。その背景には、値段決めがしやすいという利点がある。

↓

長岡野菜は販売されていなかった。それは、伝統野菜が持つ、その土地で作るからおいしい、ということが大きいと思う。広い範囲で作れなくて、その土地の伝統的な食べ方があるからおいしく食べられるので、東京で販売するのは難しいと思う。

大竹道茂さんのお話(会長)

江戸東京野菜は、1. 固定種(種がとれる)であること、2. 景観環境、3. 東京の生産者が作るものとの3つをクリアしないと認められない。これは長岡野菜にもある。

その歴史は、1603年に江戸幕府が開かれたことから始まる。大勢の武士が急に江戸に集まつたため、食料が足りなくなってしまった。そこで、参勤交代をするさいに地元の種を持ってこさせました。それらが増殖して江戸東京野菜の基となった。又、江戸幕府の歴代将軍も、名前を命名したりと深く関わっている。

大竹さんは、江戸東京野菜で町おこしもやっている。地元の小学校6校と併に2006年から収穫祭を行っている。だいこんを作り、それを神社におさめている。他にも、毎年3月に1m程ある練馬だいこんをいかにうまく抜くことができるかという大会も行っている。上手に抜けた人には、そのだいこんを景品としてあげる。

3.まとめ、考察

今回の研修で、築地市場のことや、大竹道茂さんのお話で長岡野菜との共通点が見えてきた。築地市場での江戸東京野菜の売り上げが6000円から300万円にUPしたこと、長岡野菜は売られていないことがわかった。これは江戸東京野菜にも見られるその土地(この場合長岡)で作るからおいしいということと大きく関わっていると思う。なので、スライドにするなどの広い範囲に伝えられる方法をとるとより長岡以外の人も長岡野菜に触れる機会が増すと思う。大竹さんがやっていた野菜でまちおこしも、持続可能な社会につなげるキーワードだと思う。実際に体験をしてもらって食ってもらえれば知名度UPにつながる。様々な考えが学べたので、とても良かった。