

現場からの

農村学教室 <188>

テーマ

文化人としての農家

農村は知的財産の宝庫

農家を訪ねて農産物を頂戴することがある。「それは商品ですから、規格外を頂ければ」「くず野菜は人にやれない。遠慮なさらず」。こんなやりとりもよくある。こうした農家の姿に客人への礼儀と共に、自分が作る作物への「こだわり」を見る。納得のいかない作品を投げ割る陶芸家の姿と根を同じくするものだろう。

農家、陶芸家の他に、「～家」の付く職業と言えば、作家、画家、書道家、建築家などが浮かぶ。共通点は専門性や創造性が高く、文化を守り新しい価値を創り出すことをなりわいとする「文化人」。いわば、他者から「先生」と呼ばれ敬われる仕事である。

それらと農家は違う、という声もあるだろう。しかし、「自分の納得のいく農産物」を生み出そうとする生きざましかり。田園や里山を保全し、お祭りや郷土芸能の担い手であることなど、これを「文化人」と言わずになんと言おう。それを一代でなく脈々と受け継いでいる家としての価値は、個人のそれを超えるものだ。

何を伝えるのか

しかし、多くの農家は自らを「生産者」と名乗る。農家が担うのは「生産」だけではないが、消費者側がそこにしか価値を見い出さないことがそうさせているのかもしれない。作家が読者を必要とするように、農家にも「違いの分かる消費

者」、言い換えれば「文化的所産の観点からの受け手」が必要である。

農産物は基本的に大量生産品である。しかし全てがそうとは限らない。すし職人と言っても、回転すしの機械で均一なものを安価に提供する職人と、銀座で何年も修行して板場に立つ職人がいる。「日用的なもの」「特別なもの」の双方にニーズがある。

われわれは、日常では食に三つの価値「栄養・食味・健康維持」をできるだけ安価に求め、時に四つ目として「身体を通して感じる感動や体験」や「文化的な何か」を財布のひもを緩めても無性に欲するようだ。

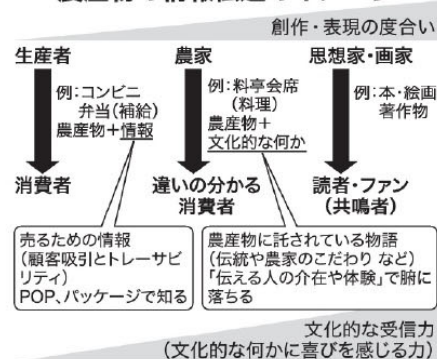
例えばそれは、地域の「伝統文化」、農家の「こだわり」、料理人の「手仕事感」等であり、そこには「物語性」がある。古民家のそば処（どころ）でワサビを自分でおろしつつそばを待つような体験を通じて、「物語性」を感得することもあれば、文章や、絵、動画といった表現物を通じて伝わることもあるだろう。

そうした農産物や食が有する「文化的な何か」は、消費者（受け手）に届いているだろうか。農家の顔が見える表示に加え、生産履歴も言う時代ではあるが、それらは食の安全を担保する情報に偏りがちであり、「文化的な何か」を伝えるには十分とは言えない。作家と読者を、書評や司書がつかうように、農家にとっても「受け手」に加え「伝える人やもの」の介在が必要のようだ。ワ

陳内 秀樹

山口大学知的財産センター准教授

農産物の情報伝達のイメージ



インにとつてのソムリエのように。

GAPと「文化」

GAP(農業生産工程管理)は、農家を「生産者」から「経営者」に変えるという。GAPは、経験と勘を文書と記録によって「見える化」。経営改善に資するとても良いツールだ。だが、それだけでは大切なものを見落としてしまう。GAPからすると伝統的な竹籠は異物混入リスクとなり、とうもろこしの古農具はこの機会に手放され、何百年も維持してきた棚田も、生産性が低く労働安全リスクの高いものに見えてくる。「GA



じんない・ひでし 1976年長崎県生まれ。東京農業大学農学部卒、山口大学大学院技術経営研究科修了、長崎県立島原農業高校教諭などを経て

P基準書にない＝無価値」というわけではない。現代人に文化的価値をくみ取る感性が鈍っているだけだ。

欧州はGAPが進んでいるが、一方で、ワインやチーズなどの農産加工品の昔ながらの製法もまた知的財産(ノウハウ、発明、ブランド等)、人が生み出す無形の財産と認識され守られている。伝統を大事にし食品安全と両立する対策を取るのだ。そうして価値が高まり1本数十万円以上のワインもざらにある。値付けを左右しているのは、味や栄養以上に「文化的な何か」であらう。その価値を生み出すために農家は、生産者・経営者に加えて、「文化人」としての「誇り」も意識したい。

世界的にも希少

「これからの武士のたしなみは茶道だ」前田利家のひと言が、金沢の発展につながったという。茶の生産に始まり、焼き物を作る窯、和菓子職人、茶室を造る宮大工、庭師に植木職人、おのおのが腕を競い合い連鎖的に産業が育っていった。茶道は、このように所作の美しさにとどまらない総合産業、優れた6次産業の手本である。極みを目指し、たしなむ

のだからこそ、こだわりの日常化していく。そして数百年後の現代においても観光資源として金沢を支え、住民の誇りとなった。こうした文化を前面に出した農業振興こそ数百年後にも生きる知恵ある施策だろう。

「奥の山と菜の花が合わると、いい絵になる」と、普賢岳の麓の畑を端境期に菜の花に変え、ある農家は言う。そして朝もやの先に日の出を受けて神々しく輝く御山(みやま)に手を合わせる。画家は、本質的には売れるためではなく表現したくて描く。農家も似ている。目指す農業に少しでも近づくようにと汗を流す。そして自然への感謝を、農村景観の保全で表し農産物に託す。

こうした日々の積み重ねの末、土地に、そして農産物の命に物語が生まれていく。「五代続く」「創業百年」などの時間経過も模倣困難な価値。しかし、一度、途切れてしまえば再開しても複製(コピー)である。酒造り唄を歌いつつ、かいで混ぜた日本酒同様、茶摘み歌を歌い昔ながらに摘採されたひと握りのお茶は、その価値を見い出す消費者、それを伝える「もの、体験、人」の介在でこそ真の価値が生かされる。

日本各地の農村に美しい景観や多様な伝統文化が息づいているのは、絶やさず守り続けている多くの農家のおかげだ。世界的にも希少な価値の中にわれわれは身を置いている。美しく維持された茶園や棚田。それをことごとく民謡や郷土芸能。外国にはないオンリーワンのものだ。広い意味での知的財産であり、将来にわたり産業として価値を生む。そして次代の心に「誇り」をともす。