

奈良県の農業と伝統野菜 ～大和野菜による地域の振興～

2 回生 小川達也

1. はじめに

奈良県において生産されている農産物や美味しい食べ物として、何を思い浮かべるであろうか。奈良県と聞いて、農業が盛んだというイメージを持つ人は少ないのではないかと筆者は考える。1925年から奈良に住んだ志賀直哉は、1938年に発表した随筆「奈良」の中でこう記している。

「(奈良は) 食ひものはうまいものない所だ。私が移つて来た五六年間は牛肉だけは大変いいのがあると思つたが、近年段々悪くなり、最近、又少しよくなつた。」

(出典：志賀直哉全集 第七巻)

奈良には美味しいものがないというのは言いすぎかもしれないが、昭和初期のころから他県に比べ奈良県は農業が盛んではなく、全国的に広く知られた美味しい食べ物が少なかったと言えるのではないだろうか。

そこで今回は農業県というイメージがあまりない奈良県において、まず第2章で農林業センサスなどをもとにどのような農業が行われているのか、作物統計をもとにしてその中で野菜生産に着目する。そして第3章では奈良県の特色を活かした農業として大和野菜を取り上げ、奈良県農林部農林水産振興課、川西町のJAならけん川西支店、大和野菜を販売している直売所(奈良市の東大寺門前市場、橿原市のまほろばキッチン)でのヒアリングをもとに、どのような取り組みが行われているのかを考察する。第4,5章では明日香村のあすか夢販売所でのヒアリング、奈良県農林部マーケティング課が2009年に発行した「大和伝統野菜調査 報告書」をもとに大和野菜の現状と課題、これからの展望について考察していく。

2. 奈良県の農業・野菜生産について

1) 奈良県の農業の現状

奈良県農林部が発行した「平成26年度 奈良県農業の概要」(データは2010年農林業センサス)によると、奈良県全体の総農家数は28,563戸であり、そのうち52.7%にあたる15,040戸が販売農家¹である。販売農家に当てはまらない農家は自給的農家と定義される。奈良市や天理市、宇陀市などの県北部には販売農家が多くあり、一方南部の吉野郡に属する吉野町や天川村、十津川村では自給的農家が多い傾向が見られる(図1)。北部に販売農家が多い理由には、大阪や京都といった大消費地に近く運搬が行いやすいことが挙げられる。

¹ 経営耕地面積が30アール以上または農産物販売金額が年間50万円以上の農家のことを指す(農林水産省 農林業センサスにおける基準と同様)

南部において自給的農家が多い理由として、山地が多く農業に適した土地が少ないことがある。県南部の吉野郡に属する 11 町村の面積を合計すると 2054 km²になるが、そのうち経営耕地面積は 6.14 km² (614ha) しかなく、面積の 1%にも満たない（データ元：農林業センサス 2010 年度版）。奈良県の農業は、県北部と南部で大きな違いがあるのだ。

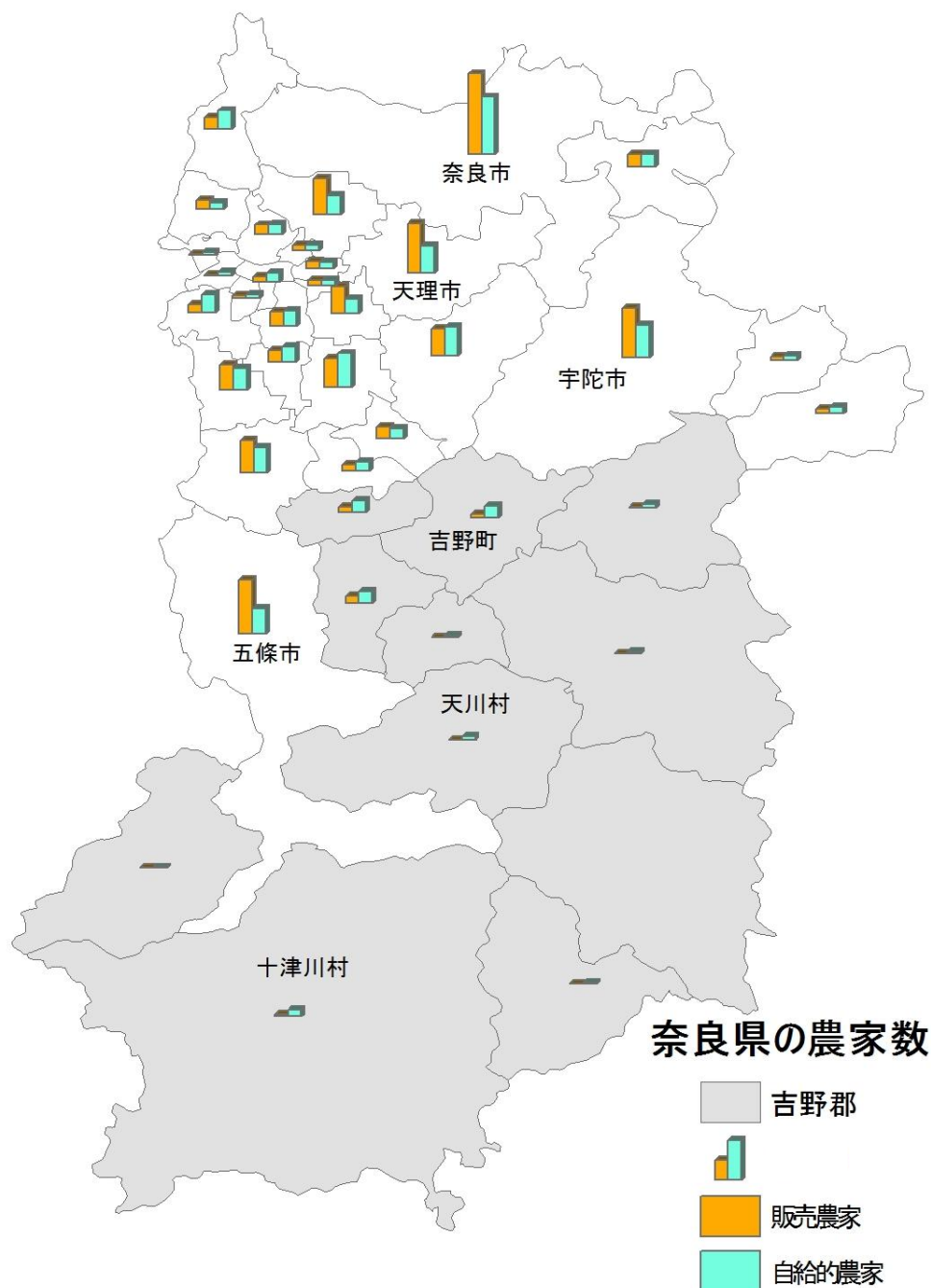


図1 奈良県における販売農家と自給的農家の割合
(農林水産省「農林業センサス」2010年版より作成)

奈良県全体の耕地面積は 22,400ha であり、全国で 44 番目である。このうち田が 16,100ha、畑が 6,340ha を占める（出典：奈良県農林部「平成 26 年度 奈良県農業の概要」）。

奈良県の地域別の農業の特色を「平成 26 年度 奈良県農業の概要」からまとめると、北部の大和平野の平坦部では施設園芸によるイチゴの生産、ホウレンソウなどの軟弱野菜の生産が盛んで、大阪府との県境に近い山麓部では酪農や花き生産が盛んである。県東部の大和高原地域では茶の生産や冷涼な気候を活かした高原野菜の生産が盛んである。一方南部の五條吉野地域においては柿などの果樹生産、多くの森林を活かした林業が盛んである。まとめると、北部では大阪や京都といった大消費地へ出荷することを狙った近郊農業が盛んであり、南部では鮮度の影響を受けない柿や木材の生産が盛んであるといえる。図 1 では五條市に販売農家が多く見られるが、これは柿の生産が盛んなためである。五條市はハウス柿の生産が全国 1 位である。(出典：奈良県農林部「平成 26 年度 奈良県農業の概要」)

また、農林水産省の生産農業所得統計(2013 年)によると、奈良県の農業生産額は全国 47 都道府県中 44 位である。また、農林水産省が実施する作物統計の面積調査(2014 年)によると奈良県の耕地面積は 220 千²で、こちらも全国 47 都道府県中 44 位である。奈良県は全国と比較して耕地面積が小さく、県内で農作物を生産することが難しい。これらの要因に加え、大阪や京都といった大都市の市場に近いこともあり、奈良県は立地上農作物を入手しやすい場所に位置している。これらのことから、奈良県は農作物の生産よりも消費志向が強いと言える。

2) 奈良県における野菜生産

上記にあげたような特徴のある奈良県の農業の中で、ここからは野菜生産に注目して見ていく。

「平成 26 年度 奈良県農業の概要」(データは 2012 年まで)によると、奈良県の農業生産額は 437 億円(2012 年)で、そのうち 25.6%にあたる 112 億円が野菜である。野菜の中で特に生産が盛んなのはイチゴ、ホウレンソウで、次いでナスが続く。

次に野菜の作付面積を見ていこう。次の図 2 は、農林水産省の作物統計調査をもとに、1973 年から 2012 年までの奈良県の野菜の作付面積をまとめたものである。

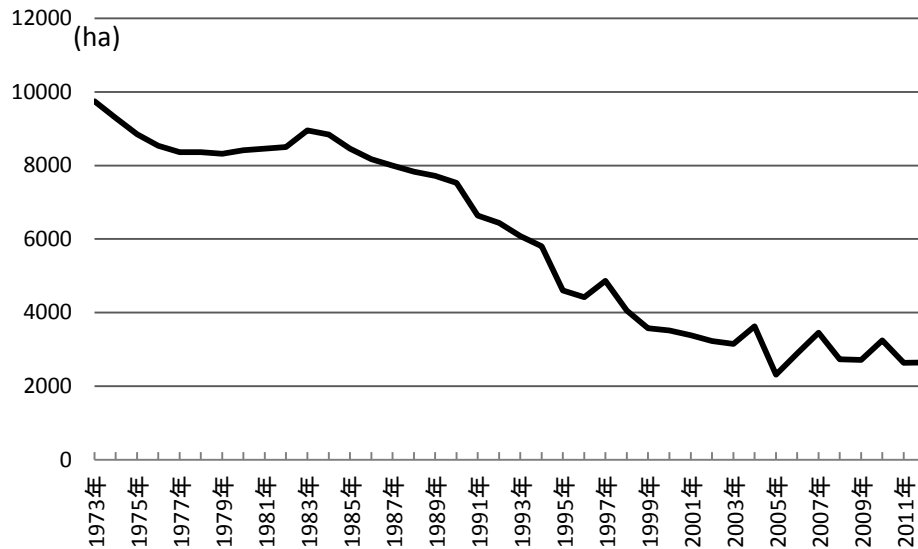


図2 奈良県における野菜の作付面積
(農林水産省「作物統計調査」1973年～2012年より作成)

奈良県における野菜の作付面積は、1973年に9,747haあったが年々減少傾向にあり、2012年には2,642haとなった(図2)。40年間の減少率は70%である。生産者の高齢化や野菜生産が盛んな北部において宅地開発が進んだことが、減少した理由として挙げられる。次の図3は、県北部の大和郡山市、広陵町、県南部の五條市、大淀町における住宅の建設時期をまとめたものである。

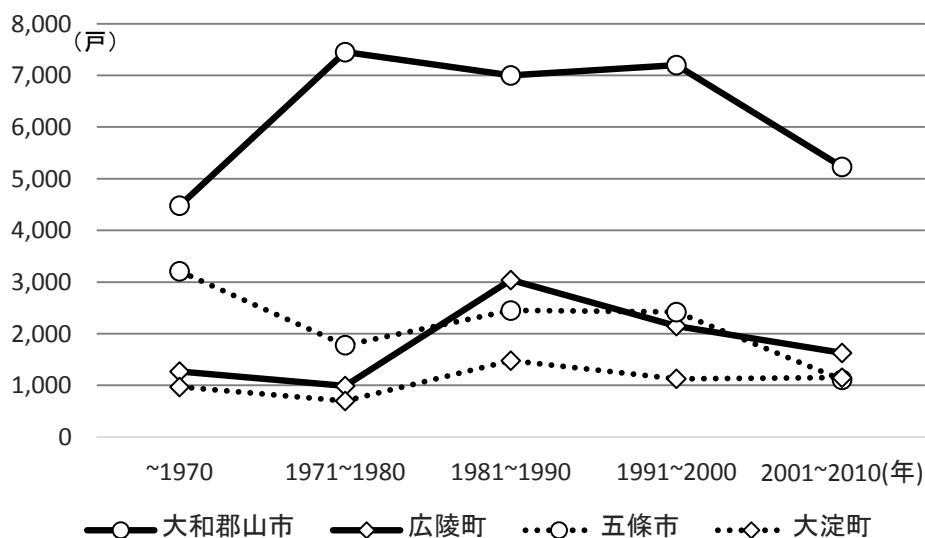


図3 大和郡山市・広陵町・五條市・大淀町の住宅建設時期
(2013年 住宅・土地統計調査 奈良県実施)

県北部の大和郡山市と広陵町では、1970年・80年代に多くの住宅が建設されているのに対し、五條市や大淀町では1970年以前と比べ大幅な増加は見られない。北部で宅地開発が進められた時期と野菜生産の減少が進んだ時期はほぼ重なっている。このことから、野菜生産の減少には北部における宅地化の進行が影響していると言える。

次に野菜の収穫量と出荷量についても考察しよう。以下の図4は、農林水産省の作物統計調査をもとに、1973年から2012年までの奈良県の野菜の収穫量と出荷量をまとめたものである。

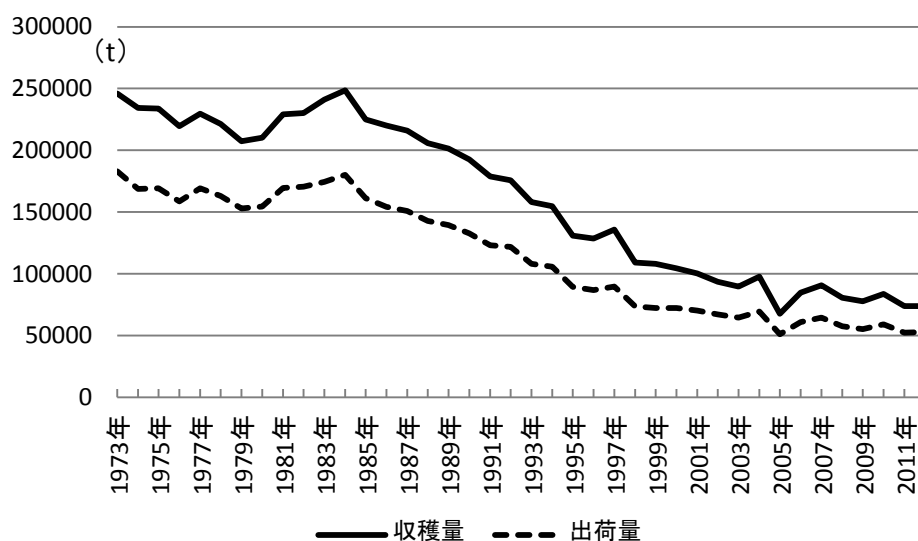


図4 奈良県における野菜の収穫量と出荷量
(農林水産省「作物統計調査」1973年～2012年より作成)

収穫量と出荷量の推移は作付面積の増減とほぼ同じ変動をしている。収穫量に占める出荷量の割合は7割ほどで、これは1973年から2012年までの40年間を通してほとんど変化がない。野菜の生産は主に北部で行われているが、前述した通り生産者の高齢化や宅地開発の影響を受けたため、収穫・出荷量ともに減少していると考えられる。

3. 伝統野菜としての「大和野菜」の取り組み

第2章で述べたように、奈良県は野菜などの近郊農業が盛んな県である。ここからは、奈良県の特徴を活かした野菜生産である「大和野菜」について考察していく。

大和野菜とは、奈良県の特産品として特徴をアピールできる大和の伝統野菜とこだわり野菜のことである。奈良県農林部農業水産振興課ホームページ内にある大和野菜WEBページによると、大和野菜は奈良県が2005年10月から認定を始めたもので、まだ新しい取り組みである。大和野菜は2種類に分けられる。第1は戦前から奈良県内で生産が確認されていて、独特の栽培方法等によって味や香り、形態などに特徴をもつ「大和の伝統野菜」である。第2は栽培や出荷方法に手間をかけて栄養やおいしさを増した野菜などの「大和のこだわり野菜」がある。都が置かれていた歴史や伝統、標高が高い地域の冷涼な気候を活かした独自の栽培など、奈良県ならではの特徴を活かした野菜生産である。野菜の種類や旬の時期は表5の通りである。2014年12月22日現在、25種類が認定されている。

表5 大和野菜一覧表

品目	出回り最盛期												生産地	作付面積 (ha)	認定 された年
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
【1】 花みょうが									■				五條市、吉野郡など	75	2005年度
【2】 千筋みずな	■	■											曾爾村、御杖村、奈良市など	25	
【3】 大和いも													御所市、天理市など	10	
【4】 大和まな	■	■											大和高田市、宇陀市など	7	
【5】 宇陀金ごぼう													宇陀市	3	
【6】 祝だいこん												■	奈良市、宇陀市、明日香村など	3	
【7】 ひもとうがらし								■	■				県下全域	2	
【8】 結崎ネブカ												■	川西町	1	
【9】 小しょうが									■	■			奈良市など	1	
【10】 軟白ずいき													奈良市	0.1	
【11】 大和きくな	■	■											曾爾村、奈良市、天理市など	16	2006年度
【12】 黄金まくわ												■	県下全域	1	
【13】 紫とうがらし												■	県下全域	0.5	
【14】 大和三尺きゅうり												■	大和郡山市、奈良市など	0.3	
【15】 片平あかね												■	山添村	0.3	
【16】 大和丸なす												■	大和郡山市、奈良市など	4	2007年度
【17】 下北春まな	■	■											上北山村	0.5	
【18】 筒井れんこん												■	大和郡山市	1	2011年度
【19】 朝採りレタス					■								宇陀市、奈良市など	6	2005年度
【20】 香りごぼう					■								五條市など	2	
【21】 朝採りなす												■	天理市、葛城市など	2	
【22】 大和ふとねぎ												■	天理市、葛城市など	1	
【23】 半白きゅうり												■	葛城市など	1	
【24】 朝採りきゅうり												■	桜井市など	1	
【25】 大和寒熟ほうれん草	■	■											宇陀市、曾爾村、御杖村など	4	2009年度

出典) 奈良県農林部農林水産振興課 (2013) 「大和野菜リーフレット」

※【19】朝採りレタス、【21】朝採りなす、【24】朝採りきゅうりは、本来は合わせて「朝採り野菜」として認定されているが、生産地や作付面積に違いがあるため、今回は3種類に分けて数えている。

表5を見ると、旬の時期は1年間を通して均等になっている。多くの野菜は県北部に分布している。奈良県農林部農林水産振興課によると、南部には山地が多く生産場所が少ないためであるようだ。次に作付面積を見ると、最も多い花みょうがで75ha、最も少ない軟白ずいきで0.1haとなっている。2章で挙げたように県全体の畑地面積が6,340haであることを踏まえると、生産量は少ないものが多いといえる。認定された年を見ると、初年度である2005年度に16種類が認定され、その後少しずつ増えていっている。

奈良県農林部農林水産振興課によれば、「大和野菜」の認定制度には新たな観光資源を作るため、地元での消費を目指した地産地消のためのような限定された目的はない。特産品としてアピールすることで、奈良県の魅力をさらにアピールするためである。

認定されるメリットとしては、ブランド化されることでメディアや店頭において個々の野菜の名称が広まることで目に触れる機会が増え、認知度が高くなるという点がある。地名がつけられている大和野菜も多く、その地域の知名度が上がり観光客の増加や地域の活性化につながる事が考えられる。明確な認定基準はないが、前述したような地域の活性化は大和野菜生産の1つのキーワードであるといえる。

大和野菜の現状をより深く考察するために、ここからは川西町で生産されている大和野菜の1つ「結崎ネブカ」を例に挙げて考察していく。ここで結崎ネブカを取り上げる理由は、川西町は結崎ネブカを活かした町おこし、さらには結崎ネブカを活かした地産地消の取り組みも行われており、伝統野菜が地域の活性化に上手く活用されているためである。

川西町は奈良市から南に約10キロのところにある町である。JAならけん川西支店に対するヒアリングによれば、「結崎ネブカ」は室町時代に翁の能面と同時に天から降ってきたネギを植えたものという伝説があり、江戸時代にネギの産地としての記録もある。しかし、その後生産は衰退していき、戦前・戦後もあまり作られていなかった。病気に弱い上、柔らかく折れやすいため、生産が難しいことも衰退した理由として考えられる。JAならけん川西支店によると、2002年に町の商工会が町おこしのための特産品づくりとして結崎ネブカに注目したことで、再び光が向けられるようになったのだ。

JAならけん川西支店に対するヒアリングによると、大和野菜として認定されたのは2005年である。それより前の2004年には生産者は3人であったが、2006年にJAならけん川西支店が「結崎ネブカ生産部会」を立ち上げた後は部会員数が増えていき、2014年9月時点では21人となっている。(図6)定年してから農業を始めた人も誘って生産を行っており、町が一体となって生産している。生産人数も年々増加しており、結崎ネブカを通して地域の活性化が進められているといえる。

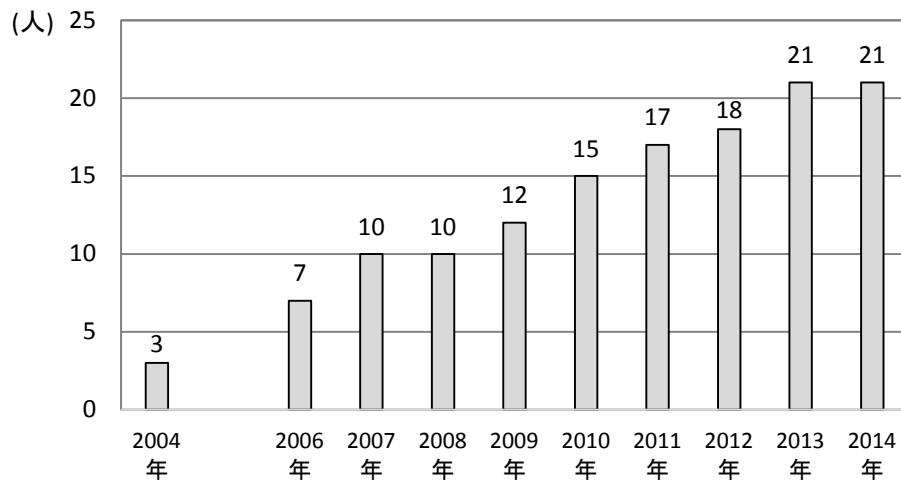


図6 結崎ネブカ生産部会員数の推移
(データ元：JA ならけん川西支店)

結崎ネブカを生産している農家の方によると、農家の平均年齢は平均70代、最も若い人で60歳ぐらいと高い。結崎ネブカのみを生産している農家もあれば、お米や他の野菜と共に生産している農家もある。極端に規模を大きくしすぎると出荷量が増え、出荷先も多くなる。すると生産が追いつかなくなる恐れもあるため、今後は中長期的に生産者と出荷量を増やしていくことでさらなる地域活性化を目指していきたいとのことだった。生産者の年齢層も高いため、持続的な生産を続けるためには若者を取り込む工夫も必要となってくるだろう。

味も評価が高い。JA ならけん川西支店に対するヒアリングによれば、県が主催となり2014年2月に行われ、25市町村が参加した奈良県内のB級グルメコンテスト「あったかもんグランプリ」では、結崎ネブカを入れた鍋が最優秀賞を受賞した。また、1ヶ月に数回町の小学校の給食にも提供され、地産地消の大切さをという教育にも役立てられている。生産から消費まで、小学生から70代の生産農家までという幅広い世代が関わっている。これらは、大和野菜である結崎ネブカの生産を通して、更なる地域コミュニティの活性化と川西町の町おこしという地域振興に結び付けることを目指した動きであると言える。



図7 結崎ネブカ (2014年9月3日撮影)

4. 「大和野菜」が消費者に届くまで

表5で挙げたように大和野菜は生産量が少ない上、県の農林水産振興課によれば、出荷先が直売所や業務用など限定されているものが多い。ここからは大和野菜の流通・生産を、ブランド化されていない野菜の流通との比較から考察していこう

馬場(2011)によれば、ブランド化されていない野菜は、農家から農協、卸売市場、スーパーなどの販売所を経由して消費者の手元まで届けられるのが一般的であるとされる。概略すると図8のようになる。農家が生産した野菜はまず農協に出荷され、卸売市場を経由し、スーパーや青果店に並ぶ。それを消費者が購入する。

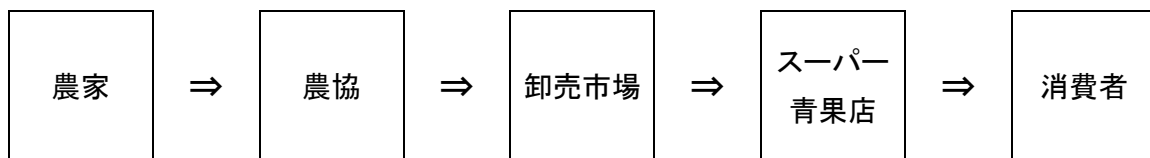


図8 ブランド化されていない野菜の流通経路
 (「野菜の生産・流通と野菜制度の機能」p42 図1-3-13をもとに作成)

馬場（2011）は、流通量のうち卸売市場を経由するもの割合を「卸売市場経由率」と呼んでいる。1990年度から2011年度までの野菜の卸売市場経由率の変化は次のようになっている。

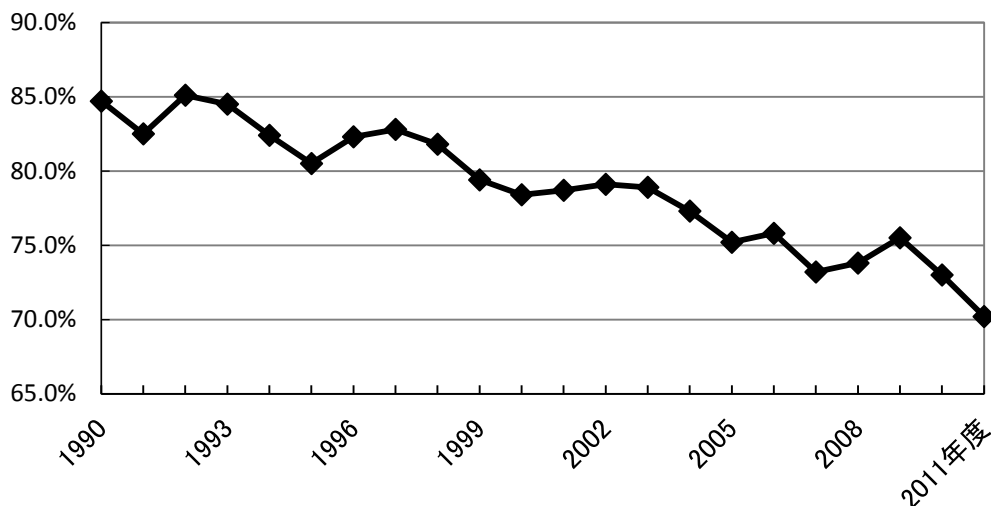


図9 野菜の卸売市場経由率

（農林水産省 卸売市場データ集（平成25年度版）より作成）

経由率は1990年から2011年度までに約10%減少した。減少した理由としては、地域の直売所が増加したことで流通ルートが多様化したことが考えられる。読売新聞社が1997年に奈良県の農林水産担当部に対して行った調査によると、1997年当時奈良県内に開設されている朝市や直売所は55箇所であった。これが13年間の2010年には約110箇所と2倍にまで増加している。（出典：読売新聞1997年12月23日、2010年1月23日。1997年のデータは読売新聞調べ、2010年のデータは奈良県農林部マーケティング課調べ）図9を見ても2000年頃から卸売市場経由率が80%を下回っており、直売所の増加が卸売市場の経由率にも影響していると言える。

また、インターネットの発達で直接農家や農協から野菜を通信販売で購入することが可能になってきたことも卸売市場経由率の低下につながったと考えられる。だが詳しいデータがないため、詳細は不明である。

次に大和野菜の流通経路をまとめると、図10のようになる。

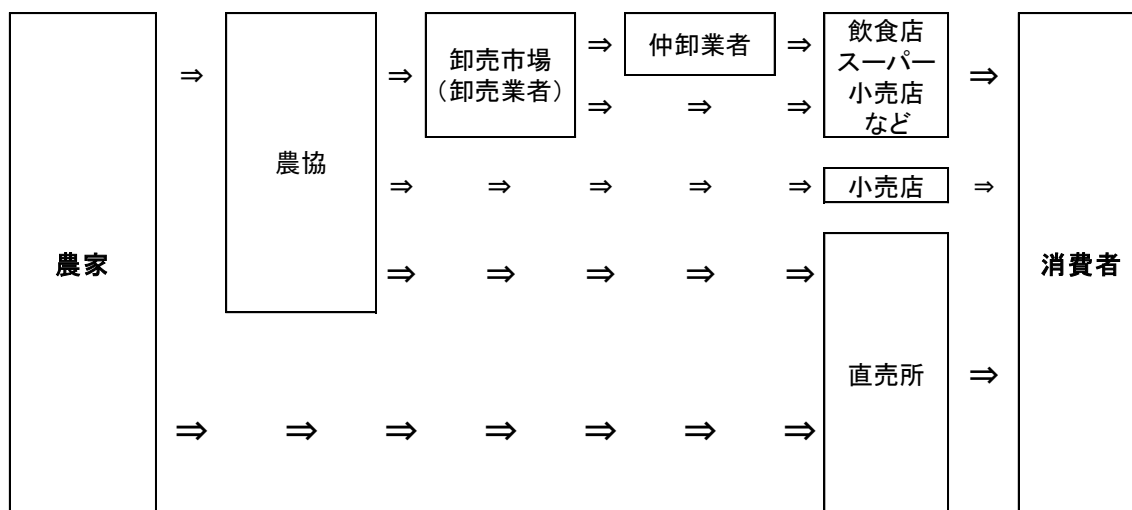


図 10 大和野菜の流通経路

(奈良県農林部農林水産振興課、東大寺門前市場、まほろばキッチン、あすか夢販売所でのヒアリングをもとに作成)

奈良県農林部農林水産振興課に対するヒアリングによれば、一般的な野菜の流通と同様、市場を経由して消費者のもとへ届けられるものもある。この他、業務用として業者が購入して奈良漬などに加工される、ホテルや飲食店が購入し奈良の食材を利用した料理として提供されることで消費されることがある。これらがそれぞれどれぐらいの割合で流通されているのかは不明であるものの、結崎ネブカの生産者によればスーパーや青果店に出荷するよりも、直売所やホテル、飲食店へ出荷されるもののほうが多いとのことである。この理由として、生産数が少ない大和野菜は、安定して供給することが難しいため、大型のスーパーに出荷することは難しい点が上げられる。

結果として、大和野菜では農家が直接野菜を持って行き、値段をつけて販売し売れ残った野菜は農家が持ち帰る形態の店舗である直売所で販売する方法が見られる。ここからは奈良県内の 2 つの直売所の例を取り上げ、大和野菜がどのように扱われているのかを比較・考察していく。

まず 1 つ目に東大寺門前市場を例に挙げる。この市場は奈良市春日野町に位置し、名前の通り東大寺にも近く、地元の人だけでなく観光客が訪れることも多い直売所である。開設されたのは 2008 年で、運営主体は民間の有限会社である。客層は主に年配の方が多く傾向がある。奈良県の特産品が多く販売されており、全体売上げのうち野菜が占める割合は 1～1.5 割程度、野菜の中で大和野菜の売上げは 1 割程度となっている。大和野菜は農家が直接持ってくることで販売されている。店長に対するヒアリングによれば、観光客に対し大和野菜についての説明をすると買ってもらえることもあるとのことであり、大和野菜を県外の人たちにアピールするという点でこの直売所は一定の役割を果たしているといえる。



図 11 東大寺門前市場に並ぶ大和野菜
(2014年9月3日、筆者撮影)

2つ目にまほろばキッチンを例に挙げる。この直売所は橿原市にあるJAならけんの直売所で、売り場面積が1,236m²で全国最大規模、出荷農家数は1,300名以上とパンフレットに記載がある大規模な直売所である。地産地消の輪を広げていくとパンフレットに記載があることから、主に地元の人をターゲットに作られた直売所だといえる。規模が大きいこともあり、ここでは9種類の大和野菜（宇陀金ごぼう、大和いも、ひもとうがらし、紫とうがらし、黄金まくわ、大和丸なす、結崎ネブカ、花みょうが、大和きくな）が販売されていた（2014年9月3日の筆者の現地調査時の様子）。利用者の詳細なデータはないが、まほろばキッチンの副所長へのヒアリングによると、主な利用客は奈良県内の人々で、土日には県外からの利用客も多い。2014年9月3日に調査を行った際、表5で挙げた8,9月を旬とする大和野菜のほとんどを販売していた。このため、大和野菜を買う目的で訪れる利用客には購入がしやすいといえるだろう。だが、施設自体が大きいために、大和野菜が他の野菜と区別されて売られていないため、大和野菜というよりも奈良県で生産された野菜の1つとして利用者は捉えているように見受けられた。このため、新たな顧客への浸透度はそれほど高くないだろう

5. 大和野菜の抱える課題とその改善に向けて

奈良県の魅力をさらにアピールするために大和野菜の認定制度が始まったと3章では述べた。筆者は奈良県の魅力をアピールするだけでなく、地域の振興という役割も果たせると考える。

ここまで取り上げてきた大和野菜だが、課題もいくつかある。ここからは、奈良県農林部マーケティング課（2009）「大和伝統野菜の顧客動向調査」をもとに、大和野菜が抱える課題を見ていく。回答数は49で、飲食店、ホテル旅館、小売店から回答を得ている。

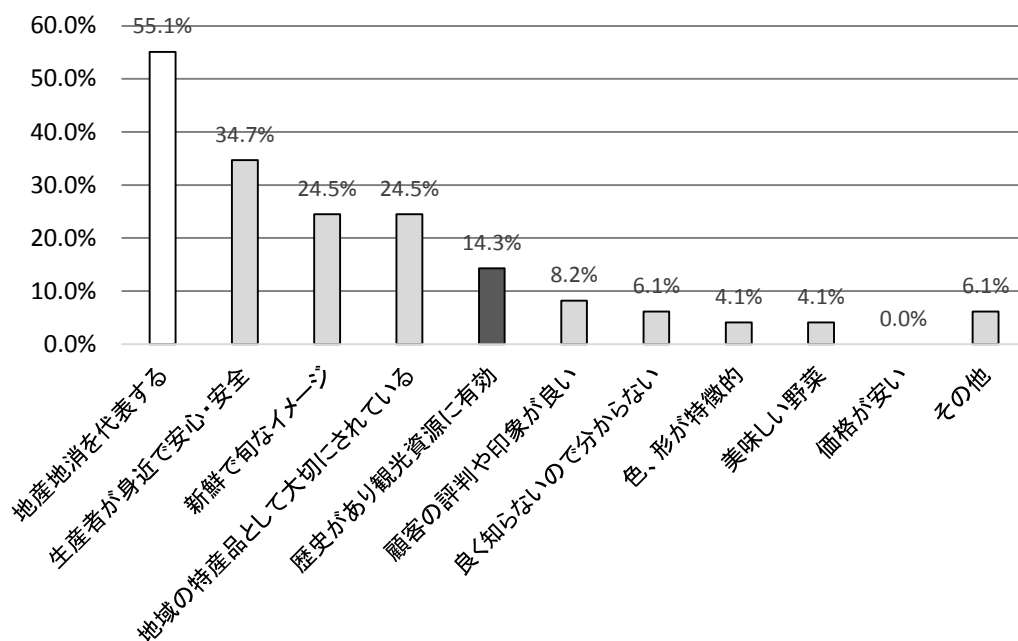


図12 大和の伝統野菜についての印象（2つまで回答可）

出典：奈良県農林部マーケティング課（2009）「大和伝統野菜調査 報告書」

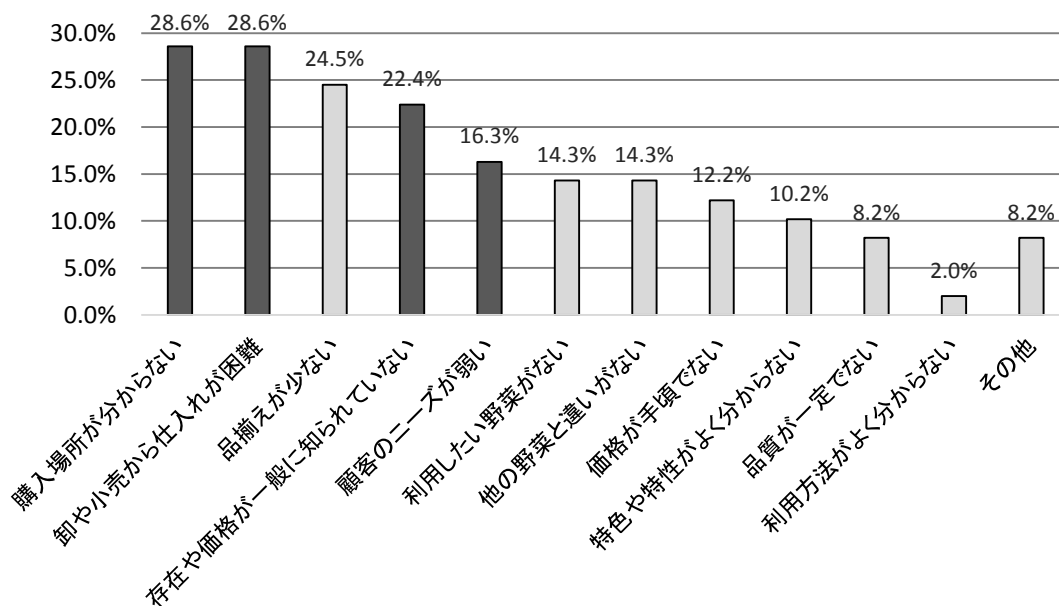


図13 大和の伝統野菜を利用する際の問題点、利用しない理由（複数回答可）

出典：図11と同様

図 12 より、大和野菜に対しては地産地消を代表するものと答えた人が多く、観光資源という印象を持っている人は少ないようだ。大和野菜認定の目的には地産地消や観光資源といった限定的な目的は定められていないが、大和野菜を利用する人にとっては地産地消を代表するものと捉えられているようだ。県の農林部農業水産振興課に対するヒアリングでは、産地の進行を図れるかを考えて認定していると話していた。企画した奈良県と実際に販売する人の捉え方には差が見られる。地域の振興を図るとい点では良いが、奈良県の魅力を広くアピールするという点では、県外から訪れる観光客への認識をさらに広めていく必要があるだろう。

続いて図 13 より、大和野菜が抱える問題点や、なぜ大和野菜を利用しないのかがわかる。最も多かった回答は「購入場所がわからない」「仕入れが困難」で、入手したくても入手できないという課題がある。レストランやホテルが大和野菜を使用した料理を提供しやすいような環境づくりが必要である。また、存在や価格が一般に知らされていない、顧客のニーズが弱いという声もあり、消費者への認知がそれほど高くないといえる。

農家や直売所においても課題はいくつか見られる。ここでは明日香村にある「あすか夢販売所」店長に対するヒアリングをもとにして考えていく。ヒアリングによると、あすか夢販売所は、大和野菜をはじめとする野菜などを販売している直売所である。この市場では村の農家約 400 人が農産物を出品しているが、そのうち大和野菜を出品しているのは 1 割の 40 人程である。大和野菜を作る農家がそれほど多くない理由には、病気に弱いことが挙げられる。現代の野菜は品種改良によって作りやすい上に病気にも強く、安定して利益を上げやすい。このため、大和野菜よりも小松菜やほうれん草といった現代の野菜を作る農家のほうが多くなるのだ。

あすか夢販売所の店長に対するヒアリングによると、伝統野菜は都市部では価値があるが、地元の直売所ではそれほど売れないことが多い。同じ紫とうがらしが都会では 120 円で売れるのに対し、明日香村では 60 円で売っても売れ残ることがある。大和野菜は手間ひまをかけて作られているため、農家は高く売りたいと考えている。一方で日頃から直売所を利用する人は安い現代の野菜を買い求める傾向が強いため、どうしても値段の高い大和野菜は売れ残ってしまう。といったことがわかった。



図 13 あすか夢販売所で販売されている紫とうがらし
(2014年9月3日、筆者撮影)

これらの課題をまとめると、奈良県民や県外から訪れる観光客への浸透度がまだまだ低く、大和野菜の魅力が十分には伝わっていないこと、農家にとって栽培するメリットがそれほどないこと、農家の価格設定と消費者のニーズに差があること。以上の3点が大和野菜を活かして奈良の魅力をアピールするという点において大和野菜の抱える課題である。

これらの課題はどう解決できるだろうか。ここでは、石川県金沢市で認定されている「加賀野菜」の取り組みをもとに考えてみたい。奈良県農林部マーケティング課が2009年に発行した「大和伝統野菜調査 報告書」において、加賀野菜も大和野菜と同様、金沢で伝統的に栽培されてきた野菜を地域ブランド化し販売していると分析されている。加賀野菜には統一されたブランドシールやイメージキャラクターが存在している。このブランドシールは小売段階においても貼付されて流通している。また、加賀野菜はホームページ上で販売場所を明確に掲載している。また、明確にターゲットを定めることも重要だ。加賀野菜は地元での消費を一番のターゲットにし、そこから徐々に広げ現在では首都圏の富裕層もターゲットに含めている。地域振興や観光資源の両面ではなく、ターゲットをどちらかに絞ることも有効ではないだろうか。

これらを踏まえると、まず大和野菜と他の野菜の違いがわかるようにし、どこで購入できるのかを明確にすると良いと筆者は考える。

また、ターゲットを絞り込むことも有効ではないだろうか。例えば、大和野菜のターゲットを都会の富裕層にしぼるとしよう。すると、値段が多少高くても買ってもらえるようになるため、農家が生産するメリットも出てくる。農家の生産もさらに活発になり、地域が広く知られることによって地域の振興にもつながる。その上、農家の価格設定と消費者のニーズの差も埋めることができる。

6. まとめ

大和野菜は地域の振興を図るために2005年に奈良県が認定を始めた。結崎ネブカも大和野菜の認定を受けることにより、特産品として町をアピールすることや、地元の小学校への教育振興という点で川西町の地域振興に大きく貢献してきた。

しかし、大和野菜は直売所などで販売されているものの具体的にどこで購入できるのかは明確になっていない。また、依然として浸透度が低い、生産者の考えと消費者のニーズに差があるなどのいくつかの課題を抱えている。これらの課題を解決するためには、例えば先行事例である加賀野菜などを参考に大和野菜全体で統一されたシールの開発やターゲットの限定などの取り組みを実施することが有効であると考えられる。

大和の歴史を生かして奈良県の魅力をさらにアピールする。加えて農家にとって利益が上がる大和野菜の生産・出荷体制を作り、消費者の需要に合わせたターゲットのしぼり込みをすることで、大和野菜はより地域の振興に貢献できるものとなるだろう。

岡部（1996）は「味わい——食、特産品」の中で、こう述べている。

「『食』が、いやがおうでも『地域』と密接に関係をもっているということは、『食』による地域おこしが可能となることを意味している『食』の材料は、いうまでもなく農・林・水産業で、これらは地域の風土に根ざした独自の味をもっている。」

食と地域には、密接な関係があり、食はその土地の風土や歴史、文化と大きくかかわりあっている。奈良の風土とかかわりながら伝統的に作られてきたり風土に合わせて作られてきたりしたものが大和野菜であると筆者は考える。その魅力をまずは地域の人たちに認識してもらい、さらに県外の人たちにも知ってもらうことで、奈良の魅力をさらにアピールできるのではないだろうか。

今回の調査では、県北部と南部における農業生産の特徴の違い、大和野菜とそれ以外の野菜が消費者に届くまでの細かな相違点について言及ができなかった。今後のさらなる研究課題としては、これまでの奈良県の農業と大和野菜はどうかかわってきたのか、より多くの人に大和野菜を知ってもらうためにできることをさらに多くの視点から分析することが挙げられる。

—謝辞—

本稿を作成するにあたり、奈良県農林部農林水産振興課の米田祥二様、東大寺門前市場の杉本広之様、JA ならけん まほろばキッチンの塚田新吾様、あすか夢販売所の浦野浩一様、JA ならけん 川西支店の田村秀與様、結崎ネブカを生産されている富井様には、お忙しい中にも関わらず大変お世話になりました。ここに記して厚く御礼申し上げます。

● 文献

- ・岩波書店（1974）「志賀直哉全集 第七巻 『奈良』 p237-240」
- ・奈良県農林部「平成 26 年度 奈良県農業の概要」（2014 年 12 月 21 日閲覧）
http://www.pref.nara.jp/secure/19871/h26nara_nougyou-gaiyo.pdf
- ・農林水産省 （2010）「農林業センサス」
- ・農林水産省 「生産農業所得統計」（2013 年）
- ・農林水産省 「作物統計 面積調査」（2014 年）
- ・農林水産省 「作物統計調査」（1973 年～2011 年）
- ・馬場一洋（2011）「野菜の生産・流通と野菜制度の機能」農林統計出版 ， p41-43
編者：独立行政法人農畜産業振興機構
- ・読売新聞（1997 年 12 月 23 日 東京版朝刊 14 頁）「朝市・直売で新鮮さGET 農家や農協などが開設 全国で急速に増加」
- ・読売新聞（2010 年 1 月 23 日 大阪版朝刊 25 頁）「農産物直売所後押し順調 県事業『TEAM奈良』 昨年売上高7%アップ=奈良」
- ・農林水産省 卸売市場データ集（平成 25 年度版） 2. 卸売市場の現状
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/pdf/25_2.pdf（2015 年 1 月 4 日アクセス）
- ・奈良県農林部マーケティング課（2009）「大和伝統野菜調査 報告書」
- ・”いいね金沢”加賀野菜 <http://www.kanazawa-kagayasai.com/>
（2014 年 12 月 21 日閲覧）
- ・岡部守（1996）「[シリーズ 地域の活力と魅力 第3巻] 味わい——食、特産品」
P10 編集：岩崎忠夫・渡辺貴介・森野美徳 発行所：ぎょうせい