

緑提灯事始め

丸山 清明

(独)農業・食品産業技術総合研究機構理事・中央農業総合研究センター所長

赤提灯ならぬ緑提灯が灯り始めた。2005年4月23日に小樽で灯って以後、三年余りの2008年5月20日に、きりの良い数値である1000店を越えた。

一号店は、雪祭りで有名な札幌の大通公園の南側にある「開」（ひらく）の店主、藤井茂樹さんが小樽の支店にさげてくれた。店主を説得したのは農研機構・北海道農業研究センターで一緒に働いていた横山和成氏である。以後、札幌と十勝に広げ、関係者達の関東への転勤に伴い、道外にも広がりはじめ、メディアにも頻繁に取り上げられるようになり、ついに1000店を超えた。

カロリーベースで自給率が50%超えたら緑提灯

まずは、緑提灯と緑提灯運動のしくみを説明しよう。日本のカロリーベースの食料自給率は約40%だから、きりの良い50%を越えたら緑提灯を飲食店の店先に飾ってもらう。でも、もっと頑張っている店もある。そこで、50%を越えたら星一つ、60%は星二つ、70%は星三つ、80%は星四つ、90%越えたら五つ星とした。胡椒など熱帯の食材は無理だろうから90%で止めた。

自給率の基準に、カロリーベースの他、重量ベースや品目ベースでどうかという店主もいたが、白菜、大根など重量野菜をたくさん使えば50%は軽く超えるし、八宝菜に七味唐辛子を振りかけて15品目ですと言われてもおかしくなる。また、金額ベースということも考えられるが、野菜などは豊凶により市場価格が敏感に反応するし、輸入食材も為替相場で変動する。その点、命を支えるカロリーは食材の性質のみで決まり、安定しているのでカロリーベースとした。なお、緑提灯運動では自給率向上に少しでも貢献したいという思いとともに、全ての農家や漁師の皆さんに元気をだしてもらいたいと考え、輸入した飼料を使った畜産物等であっても国産と見なしている。

星の数

星の数は店主の自己申告とする。季節によって仕入れる食材は変わるから、いずれ厳密には決められない。緑提灯と星の数は店主の心意気や覚悟の象徴である。送付する緑提灯には星が1つ書き込んであり、残りの4つは塗り絵になっていて、店主が塗る。違反者はどうするかという心配も耳にするので、著しい虚偽申告した店主は、「反省」と書いた鉢巻を巻くか、「丸坊主になって反省」することとした。このように、緑提灯は遊心で進めている運動ある。

緑提灯応援隊

緑提灯の普及にあたり、緑提灯応援隊員を募った。応援隊といっても隊長がいるわけではなく、組織でもない。興味を持つ人を応援隊員が勧誘している。一応、緑提灯応援隊員の義務を考えた。「もしも赤提灯と緑提灯が並んでいたら、ためらわずに緑提灯の店に入る」。この一点とした。

連絡窓口として事務局を置いている。事務局を引き受けてくれているのは、農研機構を定年退職した水島明氏である。自宅で、専門とするネット技術、FAX、自分の携帯電話で、参加を申し込んでくる店主やメディアに対応している。ネットを使える緑提灯応援隊員はグループメールに参加しているので、ホームページと合わせて、毎日の店主からの申し込みや応援隊員同士とのやり取りを見ることができる。

緑提灯応援隊員は現在1300名ほどが登録され運動を支えている。応援隊員は、一般市民、店主、学者、芸能人、企業人、団体職員、ジャーナリストから公務員・国会議員にまで広がっている。また、事務局では把握できない勝手応援隊員や自称応援隊員が全国に多数いる。応援隊員の中に積極的に活動する人が全国にいて、緑提灯店を増やしている。また、店主自身が近隣の店に緑提灯を勧める例も少なからずあり、これには驚いている。ついでに紹介するとプロ歌手による「緑提灯の歌」が出来ているらしい。そのうち耳にするかもしれない。さらについでに紹介すると、緑提灯は衆議院農林水産委員会の質疑にも取り上げられた。質問した議員からも、答弁をした大臣からもお褒めの言葉をいただいた。

ホームページ

緑提灯ホームページ (<http://midori-chouchin.jp/>) は初期からの緑提灯応援隊員である(株)インジェンスの宮木清貴社長達が勝手に作ってくれた。筆者の若い飲み友達である。イン

ジェンスはシステム会社なので、ホームページ作りはお手のものだ。使い心地のよいものを作ってくれた。しかも、ウェブに強い応援隊員が何人もいて、日々改良、更新されている。近々バージョンアップされるらしい。これも応援隊員が勝手にやっている。このホームページには緑提灯の紹介のみならず、店からの緑提灯への参加欄、緑提灯応援隊員への参加募集欄が載せてある。秀逸なのは参加している店の情報が日本地図の位置からと、店名等で検索できることだ。ホームページを覗いていただければ幸いである。

始めたきっかけ

さて、緑提灯運動を始めたきっかけだが、前述の水島氏と飲みながら食料自給率向上の方策をあれこれ論議している時だった。これは、2003年の春のことである。ふと、信号機の赤と緑から連想した。誰でも経験があると思うが、飲んでいるときのアイデアは、酔いから醒めるとどこか抜けている。泥酔して忘れることも多々ある。でも、緑提灯のアイデアは翌朝まで残っていた。

2003年10月に札幌に赴任した。グルメではないが北海道の食材を楽しもうと思った。しかし、スーパーに行くと意外と道産品は少ない。山と積まれた米の半分は、あきたこまちやコシヒカリだ。鮭もチリ産しか置いてない日があった。全体として道産品は半分程度だった。すすきのに行って「僕は北海道に来たから北海道の酒を飲みたい」と言ったところ、店員は「ありません」という。メニューを見たら秋田や新潟の酒ばかりだった。

これは少し変だなと思っていた折りに講演を依頼されたので、北海道の農産物の流れを調べてみた。平成14年の統計、平成7年の産業連関表を使ったので数字はピタリと合わないが大略は掴めた。農業生産額（水産は含まない）は1兆500億円。うち2300億円は再生産等に関わる経費、生鮮品の道内消費は1300億円、道内加工は3600億円（うち1600億円が道内消費）。従って1300億+1600億=2900億円が道産農産物となる。そして、およそ半分の5200億円が道外と海外（160億円）に出る農産物の金額だ。一方、道外から1300億円、海外から1800億円の合計3100億円が道内に入っている。赴任直後のスーパーでの印象はほぼあたっていった。

今住んでいる茨城では、昔、十里四方のものを食べていれば安全だという言葉があったと聞く。京都では四里四方だそうだ。遠方からの食品は生産から流通まで目に見えないうえ、昔は有毒なカビが繁殖していたこともあったのだろう。人は安全な食品を口にしたい

のである。出来れば近間の食品を口にすることが安心だ。

そんなこともあって、以前から考えていた「緑提灯」を実践に移そうと思うようになった。北海道に観光客や出張者が来て、広大な牧草地をみて感動し、ジンギスカンを食べる。しかし、北海道で生産される羊肉はそれほど多くない（平成 14 年の統計で、北海道内消費は 10100 トン、道内生産は 100 トン）。すすきには有名なラーメン横町があるが、北海道産の小麦がどれだけ使われているだろうか。一杯のラーメンに必要な国産小麦を金額で言えば 2 円以下である。北海道は小麦の最大の生産地である。やはり北海道を訪れた観光客や出張者には道産食材を食べていただきたい。幸い、農研機構ではラーメンに向けた小麦品種を開発し、麺の販売も始まっている。

メディアの反応

緑提灯運動はマスメディアには積極的に売り込みはしなかったが、早くも 2005 年 7 月に日本農業新聞と読売新聞が囲み記事を相次いで書いてくれた。これは、たぶん、当時筆者が農林水産省の研究総務官という立場だったからと思っている。その後、岸康彦氏や葛谷栄一氏が緑提灯の記事を積極的に書くとともに、緑提灯店を開拓してくれた。テレビや新聞に頻繁に登場する東京大手町の全農ビル地下の緑提灯は葛谷氏が下げたものである。

以後、応援隊員、筆者を訪れる農家の集団、意識の高い店主らがひとつずつ緑提灯を下げる店をふやし、80 店程度の時に、日本農業新聞が紙面一枚を使い緑提灯を紹介してくれた。2008 年 1 月 15 日である。これがテレビの業界紙紹介というコマで取り上げられ、一般紙も取り上げてくれた。それから、11 日後、中国ギョーザのことが報道され、何故かそれと関連させた取材が筆者のところに殺到した。ある日は、夕方に同じテレビ局から 30 分の間に 2 回出演の申し込みがあった。別々の番組である。そして翌朝、同じテレビ局の別の番組からも出演依頼があり、これからつくばに向かうという。いずれも本業ではないのでお断りし、東京の緑提灯店を取材していただいた。

2 月 27 日の NHK の朝の全国放送の番組に出たが、これは、その記者が「ギョーザ事件」の前から熱心に取材してくれていたからで、断り切れなかった。その朝は、新聞の一面のコラム欄にも紹介され、ホームページ、FAX、電話で参加申し込みが相次ぎ、3 日間で 100 店増えた。自宅で対応していた水島氏はほとんど眠れなかった。

以後、今日まで、緑提灯は毎日、どこかのテレビ、ラジオ、新聞、週刊誌、専門誌など

で紹介されている。変わったところでは少女漫画にも登場した。今はギョーザと関連づける記事ほとんどない。いずれも褒めてくれている。とはいえ、どこでどのように報道されているかはすでに把握できない状況である。頼りはウェブであるが、「緑ちょうちん」で検索すると 50 万件以上がヒットするので読み切れない。勝手応援隊員が時々チェックした結果を報告してくれるが、緑提灯をけなしているのは数件以内。いずれも、自主申告で店主がウソをついたらどうするかということである。

経営コンサルタントという人々がウェブ上で緑提灯をマーケティング手法として解説してくれている。広まる前にはそういう人から、「緑提灯はダサイ、これでは若い女性についてこない、そもそも緑提灯という言葉がいけない」などと忠告された。みんなで頑固に運動を継続したことが力になったと思っている。

緑提灯は個人の活動

緑提灯運動はあくまでも個人の活動をベースに進めている。前述の通り、緑提灯応援隊員は、店主も含め、各界各層の多様な個人の集団である。従って、チェーン店の経営者から一括して加入したいという申し込みはお断りしている。ただし、チェーン店であっても、食材の仕入れが店長に任されていれば、その店長からの参加申し込みは受け付けている。

ある時、地方の有力な銀行から、社員 3000 人を全員緑提灯応援隊に入隊させたいという申し出があったがお断りした。緑提灯はあくまでも、個人の自主的な活動だからである。朝、出がけに酒飲みのオヤジが「今晚は日本の自給率向上のために頑張ってくる」と言って緑提灯の店に通うのが美しいのである。

「緑提灯を我が社で運営させていただきたい」、「我が社と連携しませんか」のたぐいの話はたくさん来ているが全てお断りしている。余談だが、「緑提灯を作らせてくれ」という提灯屋さんからの申し込みは 3 つあったが、これもお断りしている。緑提灯を商標登録しておいて良かったと思っている。緑提灯は、現在、和歌山県の江戸時代から続く提灯屋に手作りで生産してもらっている。最初は半ばボランティア活動としてお願いしたようなものである。従って緑提灯に書いてある文字も緑色の塗りも、ひとつずつ微妙に違う。だから、申し込みが多いときは生産が間に合わなかった。申し込みをした店主から、「緑提灯はいつ届くのか」という催促をたくさんいただいている。片手間仕事でやっているため、見落としで送付せず、お叱りを受けることもあり、この場合は平あやまりである。

店主の言葉

緑提灯が店主に届いたことを確認するため、最近では電話の他にメールをいただいている。この中には、感謝だけでなく店主の皆さんから様々なメッセージが寄せられている。多いのは「星の数に恥じないように頑張ります」、「星の数を増やすよう頑張ります」、「気が引き締まります」などであるが、「酒造メーカーから問い合わせがきた」。「これで、自信をもって自然食レストランを主張できる」、「商工会議所や信用金庫から取材が来た、緑提灯恐るべし」、「グローバル化した食生活を考え直す小さな触媒になればいいな」、「今夜も常連の酔客と北海道は食糧基地になるしかない」と論議している。「嬉しい、ぐるなびに載るよりずうーと嬉しい」、「今、お客同士が、どうやって日本の食糧自給率を上げるか論議している」等々枚挙のいとまがない。

テレビで見た仙台のラーメン屋の若い店主が「農村に行ったが畑は荒れているし、農家に元気がない、農家が元気でないと日本は良くなれない」と、訥々と語るシーンは感動ものだった。この店主は緑提灯のため、ラーメンの小麦粉を半分内麦ものに切り替えた。「緑提灯は農家への愛の証です」という名言も応援隊員から聞こえてきている。

店主は緑提灯をどこから知ったか

店主が緑提灯を知ったきっかけは、ホームページから申し込むときに真っ先に書いていただいている。事務局では電話やFAXで自主申告する際にも丹念に聞いている。もちろん初期は全て緑提灯応援隊員の勧めである。マスメディアに頻繁に登場するようになってからは、テレビ、新聞、ラジオが多いが、驚いたのは、お客に勧められたというのが案外多いことである。ひとりの店主よりもお客の方が人数が多く、それだけ報道に接している機会が多いためと想像している。1000店を超えたこの機会に分析してみようかと思う。

認証と自己申告

緑提灯は認証しないことに特徴がある。緑提灯を実行に移そうと思ったときに、認証のことは考えたが、名案は出なかった。認証したら責任が生じるが責任はとれない。そもそも認証したから違反がないという保証もない。よく考えると、認証とは他者に認めてもらうことで自律的とは言えない。自己申告でも偽証は免れない。賞味期限がそれだ。でも、

とりあえず自己申告は自らの意思である。星の数は店主の心意気や覚悟を表す。店主が顧客と緑提灯塗り染め式をした話はたくさん聞く。ある店主から、星を塗るときに手が震えた、という話も聞いた。緑提灯を送付するときに一店一店に感謝の手紙を入れている。その中の共通メニューに、星の数は店主の心意気です、「正直を重ねて信用を得る」が一番です、と書いている。

最初は意識しなかったが、これは地場産・国産食材の普及のための新しいタイプのマーケティング法ではないかと思うようにもなった。認証制度では、認証者が責任を求められることも昨今の風潮ではあり得ない話ではない。このため、認証制度によっては「性悪説に基づき」細かすぎるほどの規定作り、それがかえって普及を阻害し、初期の目的を達成出来ない場合も想定される。その点、遊び心を根底とし、ルールは自主申告の上、道徳的な罰則（これも、お笑い）しかない緑提灯運動は今までとは異なったタイプになった。緑提灯を研究する研究者が現れている。日本の食料自給率向上のため、緑提灯のみならず斬新なアイデアが、多くの人から次々と出ることを期待している。

日本農学アカデミー会報という高尚なマガジンにアカデミックでない記事を書いてしまった。私たちは、今後もじっくり、ゆっくり運動を進めていこうと考えている。読者の皆様に私たちの運動をご理解いただければ幸いである



JR芽室駅前にある十勝緑提灯一号店「酒楽」の三つ星緑提灯。