

シルバー諸君の力(農業分野編③)

オリーブな夢

古屋 富雄

オリーブと聞くと、その栽培地から地中海沿岸の南フランスやイタリアなどが、そして、日本では瀬戸内海の小豆島を思い浮かべる人が多いようです。

近年の美容・健康志向の高まりとともに、オリーブオイルの購入者は20代30代の女性を中心にした若い世代がその客層となっているとの事です。

さらに、食生活の多様化や家族の健康を考えて、一般家庭でもオリーブオイルを使ったパスタや肉料理などが食卓を彩り、広く愛用されるようになってきています。このようにオリーブは日本人の一人ひとりの心や生活に息づき、何かしら西洋を感じさせる身近な植物そして、食材になりつつあるようです。

今回は、オリーブの持つ豊かなイマジネーションと、多様な食材としての可能性に夢を馳せ、仕事や子育てが一段落した60歳を契機に、本格的なオリーブの栽培に着手した兼業農家の加藤準一氏(65歳)を紹介します。

また、「オリーブな夢」と言う表記につきましては、オリーブに抱く様々な想いが形容された夢とでも理解していただき、その夢が多いに広がる事を念じ、標題として掲げました。

加藤氏は、大学を卒業してIT関連の企業に勤めていましたが、27歳の時に脱サラをして、妻そして弟の3人でイタリア料理店を小田原市に開業しています。

20年後には、その店の経営は弟に任せて、妻と2人で出来る、冠婚葬祭を中心にした「和風仕出し店」を南足柄市の自宅に開業し、現在に至っています。

オリーブの栽培については、以前一度チャレンジしましたが、あまり世話をしなかったため枯れてしまったとの事でした。

オリーブから採れるオイルや果実は、イタリア料理には欠かせないものであることは言うまでもありません。

また、日本料理にもマッチし、チャレンジした料理も好評であったことなどから、お客さんには、自分で栽培し、収穫したオリーブを使った、料理を食べてもらいたいと、所有する全ての畑12aに、120本のオリーブを植栽したのです。

この120本のオリーブには、約40年間の料理人人生の集大成が託されているようです。

そして、**60歳になった余裕が、後押しをしているかのようにも思えます。**

オリーブの起源と伝播

オリーブの起源は、小アジア(アジア大陸最西部で西アジアの一部をなす地域)とされ、紀元前 13 世紀頃に、シリアからトルコを経てギリシャそして、イタリアやフランス、スペインなどの地中海沿岸に広がったとされています。

その後、15 世紀末のアメリカ大陸の発見に伴い、南アメリカの諸国まで伝わりました。今日では、南アフリカ、オーストラリア、中国、そして日本など多くの国々で栽培されるようになりました。

日本におけるオリーブの歴史

安土桃山時代(1574~98)、フランシスコ派のポルトガル人宣教師によって日本にオリーブオイルが持ち込まれたとされています。

栽培としては、文久 2 年(1862)、徳川将軍の医師・林洞海がフランスから苗木を輸入し、横須賀に薬用目的で植栽したが、結実することはなかった。

明治 7 年(1874)、赤十字社を興した佐野常民がイタリアから苗木を持ち帰り、東京と和歌山に植栽し、和歌山でオリーブが結実したが、台風や病虫害などで木は枯れてしまった。

明治 12 年(1879)、パリ万博日本事務局副総裁の松方正義や事務官長の前田正名がフランスから 2000 本の苗木を輸入し、勸農局三田育種場及び神戸温帯植物試験場(神戸オリーブ園)に植栽した。

明治 15 年(1882)、神戸オリーブ園で結実し、日本初のオリーブオイルが搾油されました。

日露戦争で獲得した広大な領域の漁場から水揚げされるイワシ等を保存・輸出しようと、オイル漬けの缶詰を製造するためのオイルを生産するため、明治 41 年(1908)、当時の農商務省が三重県、鹿児島県、香川県(小豆島)の 3 県を指定して、アメリカから輸入した苗木を使い、試験栽培を実施しました。

そのうち、小豆島に植栽したものだけが、順調に生育し、結実して、大正の初めには搾油が出来るほどの実をつけるまでになりました。

そして、小豆島は、オリーブの産地として知れ渡るようになりました。

それでは、加藤氏の人生の集大成であります「オリーブな夢」を紹介しましょう。

この 40 年間は、料理人そして、経営者として、常にオリーブを意識した人生だったとのこと。オリーブに魅せられ、イタリア料理を研究し、お客さんに喜ばれる味付け、創作料理さらには、オリーブオイルのソムリエの資格まで取得し、その味付け、創作料理は、日本料理へと幅を広げています。

プレ収穫祭(ラ・フェスタ・デラ・テラの前収穫祭)

2013年10月中旬、加藤氏から植え付けをして4年目のオリーブ畑で、店のお客さんを対象にしたプレ収穫祭を開催しますと言う連絡をいただき、現地に出向きました。10名程度の人が集い、初めての収穫を多いに楽しんでいました。

私も、初めて見るオリーブの実に、「ああ、南足柄でもオリーブが実るのだと」幾ばくかの驚きと感激を体験しました。

収穫量は、初年度のため5kgほどでしたが、参加した全員が初めての体験だったため、中には、収穫した実を口にする人もいて、「ああ、渋い」とか「苦い」とか、声を上げていました。それにつられて口に頬張って見たところ、同様な味を体験した次第です。

収穫後は、食事会へと場所を変え、経営している小田原の店でイタリア料理が用意され、更にオリーブ談議に花を咲かせる仲間づくりへと場が変わっていきます。お客さんに料理を楽しんでいただくだけの経営ではなく、収穫体験をセットにした新たなメニューとしてオリーブは有効な作物であり、今後に期待の持てるプレ収穫祭でした。

なお、収穫したオリーブからは、エキストラバージンオイル(一番搾り)を搾油して、味見をしてみるとの事でした。

先般、テレビの小豆島の旅番組でタレントが、このエキストラバージンオイルを「卵かけご飯」に小さじ一杯を加えて食べたところ、その美味しさに驚嘆の声を上げていました。おそらく、このオイルを加えることにより卵の甘みが引き出され、結果的に美味しく感じさせるのだと思いますが、いずれにせよ、この私も所望したいと考えています。

6次産業化(オーナークラブの立ち上げ)

6次産業化とは、農林水産業などの第一次産業が食品加工(第二次産業)や流通販売(第三次産業)にも事業展開している経営形態を表す、農業経済学者、今村良臣氏が提唱した造語であります。そして、第一次産業と第二次産業、第三次産業の数字を足し算すると「6」になるため、また、掛け算しても「6」になるため、そうした経営の多角化を総称として6次産業化としています。

例として挙げれば、農業とレストラン、観光農園などを組み合わせた経営体が、分かりやすい事例ではないでしょうか。

加藤氏の場合は、6次産業化の逆のパターンであり、料理店の経営の幅を広め、お客さんに料理以外の満足度をオリーブの収穫体験へと結びつけた経営の多角化を6次産業として捉えているようです。

私の著書に「兼農サラリーマンの力」がありますが、この内容のメインは、

農家や農業関係者だけでは、日本の農業の未来は期待できないとしています。

そして、サラリーマンや主婦などが農業に参入して、今まで気づくことのなかった新たな発見を異業種的な立場の人々から提起される事で初めて、農業のあるべき姿が見出されると考えています。

40年間の料理人そして、経営者としてのキャリアがオリーブの収穫体験を通じた確実なスキームとして、経営の多角化に結び付く事でしょう。

このため、加藤氏は、オリーブの木のオーナークラブの立ち上げを計画しています。オーナーになる人は、料理店のお客さんを前提とし、かつ、収穫や搾油に参加できる人を対象に進めたいと考えています。

大地の収穫祭（ラ・フェスタ・デラ・テラ）の開催

プレ収穫祭でのオリーブの収穫体験と食事をセットにした試みに、確かな手ごたえを感じ、次のステージの目標は、大地の収穫祭（ラ・フェスタ・デラ・テラ）の開催としています。

当初は、オーナークラブの会員を中心にした収穫祭の開催になりますが、地元、地域に支えられての取り組みと位置づけ、親しみのある収穫祭の開催をモットーにしています。

畑と言う、野外でのオリーブの収穫そして、食事は、都会で暮らす人も地元・地域の人も皆、晴れやかな気分になることでしょう。

そして、このような体験が小豆島ではなく、南足柄でも出来ることを、参加した人々の口コミやネットなどの情報媒体により、広く発信する術も心得た、大地の収穫祭（ラ・フェスタ・デラ・テラ）のようです。

海外旅行(南フランス、イタリアなどへの旅)

オーナーとは、地中海沿岸諸国への旅行を計画しています。また、国内においては、小豆島を訪れる旅を計画しています。

オリーブの収穫は、自然が相手であり、必ずしも毎年、順調に収穫できるとは限りません。仮に、台風や猛暑などの自然災害により、その収穫が叶わなかった時でも、オーナーとの良好な関係を持続するため、オリーブの起源を旅する名目で、南フランスやイタリア、スペインなどの地中海沿岸諸国の旅が用意されています。

このように加藤氏が試みる 6次産業化の逆パターンの発想は、海外旅行までセットにした経営の多角化を生み出すだけでなく、近未来の日本の農業に最も必要なエッセンスを捉えた、理に適ったものと考えます。

ブランド戦略(東箱根オリーブ)

南足柄市でのオリーブの栽培の成功を頭に描き、その販売戦略をどのように立てるかを考えた時、「鎌倉野菜」が浮かんできました。このことは、加藤氏と私が共通して考えていた、地名を活かしたブランドによる販売戦略です。

「鎌倉野菜」とは、鎌倉で生産・販売されている野菜の総称であり、他の地域とは区別された、いわゆるブランド野菜であります。

しかし、鎌倉と言うネームバリューの効果により、テレビや新聞、ネットなどの情報媒体が盛んに取り上げ、その結果、「鎌倉野菜」は、全国的にその名が知れ渡り、今や誰でもが知る存在になっています。

当然のこのように、鎌倉を訪れた観光客は、土産として買い求め、生産が追い付かないほどの人気を呈しています。

南足柄市は、明神ヶ岳や金時山等の箱根外輪山を隔てた箱根町の東側に位置しています。そして、そこで収穫されたオリーブやオイルを「東箱根オリーブ」として売り出し、ブランドとしての一步を踏み出したいと語られていました。

今年より来年、来年より再来年をモットーに加藤氏の「オリーブな夢」は、ますます膨らむばかりです。

**シルバー諸君(世代)には、何かしら余裕というものがあります。
この余裕を利他の心を持って社会に役立てる「オリーブな夢」**

期待しています加藤準一さん。

