ふるさと上越へ、サポーターから「元気ですか」の便りを！

副会長　松川太賀雄（稲田出身）

Jネットは、全国各地の皆様から支援して頂いて六年目を迎えています。これまでは市が発行する「広報じょうえつ」で「ふるさと上越」の様子を知って懐かしみ、親睦会などの活動をして来ました。ふるさと上越では地方自治の枠づくり＝周辺市町村合併の問題が大きなテーマになっていますが、どのような枠組みになっても、ふるさと上越のアイデンティティーの高さが大切で望まれることです。

これからのJネットは、太田会長も常々お話されていることですが、ふるさと上越に期待する「豊かなまちづくり」の提言をすることもサポーターとしての役目だと思うのです。

そのようなことから上越タイムスに投稿した、私の拙文を下に記させて頂きます。

つい先だって上越からの帰路、上信越高速道・藤岡ICに併設の「道の駅」に寄りました。中央の広場を巡らした小川と噴水には、折からの猛暑に水着ではしゃぐ子供連れの家族で賑わっていました。

「道の駅」の中には花の交流館やレストラン館などのいろんな建物があって、私の関心を引いたのは一際目立つ建物の農産物直売所。文字通り地場産品が所狭しと売られています。

・・・中略・・・

驚いたのは、上州の「さる豆腐」が「関東管領・上杉ざる豆腐」と名付けられて、上越人としては謙信公のお膝元のお株を取られたような気分になりました。

地域に根ざした農産品は今や、DMやインターネットで産地直送などが地域間で競争になっています。これは「安全・安心」をキーワードに「顔の見える農産品」として、不当表示問題や残留農薬などで揺らいだ消費者の食への信頼回復の動きと、地域産品のブランド化をも意味しています。

上越の主要な産業は何といっても農業だと思うのです。今まで以上に農産品の生産履歴を公表することで上越ブランドの信頼性を高め、他地域との差別化を図るだけでなく、安さで勝る輸入品から上越産品へ消費者の目を向けさせることが大切です。

Jネットの会員は縁故と土地感があり、質の良い米・味噌・醤油をはじめとする農産品を二箇所、三箇所とそれぞれ直接注文をして買い求めているそうです。ただ、一箇所ごとにかかる送料の負担を、軽減する方法・仕組みはないものかという声を聞きます。経済の合理性を優先する時代ですが、それだけでないビジネスモデルを生み出せないものでしょうか。

生まれ育った土地に自信を持ち、住み続ける人の心は熱いことを知っています。これが上越ブランドを育て、はぐくむのだと思います。

さぁ、謙信公祭も間近、今年も謙信公の「義の塩」をつくりに行くことにします。

（八月六日、上越タイムス掲載）

＊皆さまからの、ご意見・ご提言をJネット事務局にお寄せください。お待ちしています。