

## 被災地の農業再生のために自分にできそうなこと

### 全国ラジオ・映像ドラマコンテスト

#### はじめに：被災地の農業の現状

2011年の東日本大震災発生から4年が経過し、被災地では農作物の出荷制限が解除されてきている<sup>i</sup>。福島県であれば、夏涼しく冬温かい気候や日照時間の長さを活かしたトマトなどのハウス栽培が盛んであり、震災後は設備の損壊などで生産が困難になったが、現在では生産量も回復し、放射線量の測定も徹底して行われ、安全値であることが公開されている<sup>ii</sup>。しかし、生産量が元通りになっても、出荷量が増えなければ、農業が再生したとは言いがたい。被災地以外の地域では、被災地の食材は店頭には並べられる量はまだまだ少ないという。

また、被災地とその他の地域の間だけではなく、関東と関西の間でも、被災地の農業、農作物への認識が異なり、関東よりも情報の比較的少ない関西では、被災地の農作物がより避けられている印象を受けるようだ<sup>iii</sup>。

#### 農業再生の目標

被災地の農作物の出荷量が増え、他の産地のもの同様に店頭には並び、消費者に購入されることで、農業は再生し安定するだろう。ここで目標としたいのが、被災地の農作物が、他の産地のものと同じ土俵に立つことである。もちろん被災地支援のために、東北産の農作物を買うということは悪いことではない。しかし、「被災地だから」という理由ではなく、「美味しいから」といった品質を判断基準として選ばれるようになってこそ、再生したと言えるのではないだろうか。多くの人に食べてもらえるようになることを目標として、達成の方法を考えたい。

#### 自分にできそうなこと

大学生個人として目標達成のために自分が出来ることを考える。まずは被災地の農業を知ることが重要だが、その後、得た情報を発信することで、再生に貢献できると考えられる。例えば、福島県いわき市では、「いわき野菜アンバサダー」<sup>iv</sup>という企画が実施されており、セミナーを受けていわきの野菜に学んだ人が、アンバサダーとしていわき野菜の魅力を思い思いの方法で発信するという試みが行われている。行政や、被災地の団体の力だけでなく、他の地域も含めた個人の情報発信が効果的に行われることで、より広い地域へ被災地の農作物の安全性や品質の高さを伝えていくことが出来るのではないだろうか。

この情報発信について、一つの方法として考えられるのが、被災地の農作物の魅力を伝える、大学生主体の全国ラジオ・映像ドラマコンテストの開催である。NHK 全国大学放送コンテスト<sup>v</sup>のように、大学生が主体となり、全国規模でコンテストを行う。被災地の農家や農協に協賛を依頼して、被災地の農作物を参加賞とするなどし、実際に食べてもらう機会も増やす。被災地の農業や農作物の魅力を伝えるラジオドラマ、映像ドラマを全国から募集し、優秀作品を選出するコンテストとして、審査は、放送専門学校の教員などの放送の専門家だけでなく、協賛の農家、農協の職員にも多

## 木5 農作物を知る「土の世界」レポート

く依頼し、作品の視聴者にいかに食べたいと思わせるかを一番の審査基準としたい。さらに受賞作品をインターネット上で公開するなどすれば、作品を通じて広く情報発信ができると思われる。また、コンテスト参加者は、応募作品を作るという形で被災地の農業の情報に触れ、発信者側にまわることにより理解が深まることが期待できるだろう。関西など、関東に比べ被災地の情報が届きにくい地域の高校生や大学生に積極的に参加を呼びかけることも重要だ。

各大学の放送サークルに呼びかけ、複数のサークルで共同主催すれば、実現可能性は高いと考えられる。また、大学生が主体となることで、より柔軟にコンテストを運営できるという期待もある。運営する側としても、研修を行うなどすれば、さらに理解を深めることができ、コンテストの公募においても様々な情報発信も可能だろう。大学生のフットワークの軽さを活かしたコンテスト運営が望ましい。

ドキュメントではなくドラマを募集するという点にも、柔軟性が期待できる。ありのままを伝えようとするテレビドキュメントやラジオドキュメントは、すでに多く発信されてきているだろう。もちろん事実と大きく異なる情報がいいというわけではないが、ドラマという形式は、視聴者に今までとは違った新しい印象を与えるのではないかと考えられる。被災地の農家を主役にした物語もあれば、被災地から遠く離れた場所で被災地の農作物が活躍する物語もあるだろう。単なる報道とは異なる形での情報発信が、より効果的に被災地の農業の魅力を伝えることに寄与するのではないだろうか。

### おわりに

震災から4年が経過し、被災地の農作物については、いかに安全かということだけでなく、いかに美味しいかということを強調することで農業再生へつなげる段階にあると思う。精密且つ入念な検査を行っているという情報は非常に重要だが、検査の様子を見ても、安心こそすれ、食べたいというところまでは至らない。今年の春に、被災地の農場見学に参加したが、そこでは、農家の人々がどの様に、どれほど心を込めて農作物を栽培しているかを目で見ることができ、自然と食べたいという気持ちが沸いてきた。今回は、コンテスト開催ということについて簡単に述べたが、どのような情報発信が「食べたい」と思わせるかという、より具体的な内容や方法についても考えていきたい。

---

i 東北農政局 [http://www.maff.go.jp/tohoku/osirase/higai\\_taisaku/hukkou\\_gentai/k1.html](http://www.maff.go.jp/tohoku/osirase/higai_taisaku/hukkou_gentai/k1.html) 2015年5月25日更新、2015年5月27日最終閲覧。

ii 一例として、とまとランドいわきが挙げられる。 <http://www.sunshinetomato.co.jp/> 2015年5月27日更新、2015年5月27日最終閲覧。

iii とまとランドいわき専務 元木寛さんのお話より。2015年3月3日。

iv [http://misemasu-iwaki.jp/iwaki\\_ambassador/index.html](http://misemasu-iwaki.jp/iwaki_ambassador/index.html) 2015年5月27日更新、2015年5月27日最終閲覧。

v <https://www.nhk.or.jp/kyoto/dnc/> 2015年5月18日更新、2015年5月27日最終閲覧。