



食べる人（消費者）とつくる人（生産者）の顔がおたがいに  
見れば、みんなが笑顔になれます。物語を知る食材を口  
にすれば、まだ味わったことのないおいしさと、感謝の気持  
ちが生まれます。「いただきます」から始まる豊かな世界が、  
「食べる通信」のつながりの先に待っています——

つながりの先にある、豊かさへ

讓吃的人（消費者）與種植/捕獲者（生  
產者）直接面對面的話，就能讓雙方都展  
露出笑容。知道食材背後的故事再進行品  
嚐的話，就能吃到從未體驗過的美味，並  
孕育出感恩的心情。從一句「我要開動了」  
所展開的豐饒世界，有「食通信」的羈絆  
連結在前方等著——

等在連結前方的、是邁向真正豐饒  
的道路



「世なおしは、食なおし。」

食べる通信は、断絶していた  
「つくる」と「食べる」をつなぎます。

消費とは、費やして消す、と書きます。

私たちの暮らしは、他人がつくったものを貨幣と交換して手に入れることで成り立っています。効率もよく、楽ですが、そこには、自分たちの暮らしを、自らの知恵、創意工夫でつくりあげる喜び、感動がありません。私たちの暮らしは、私たちの手の届かないところに遠のいてしまいました。

暮らしには、衣食住が欠かせません。そして、一人の力で解決できない大きな課題はみんなで力を合わせて解決し、暮らしやすい地域をつかっていかなければなりません。私たちはこれまで、衣食住、地域づくりを他人の手にゆだね、観客席の上から高見の見物をしてきたと言えます。誰かがつくりしてくれるだろう、誰かがやってくれるだろう、と。暮らしをつくる主人公(当事者)ではなく、お客様(他人事)でした。当事者を失った社会から活力などうまれようがありません。

わたしたちは考えました。  
世なおしは、食なおし。

自分の暮らしを取り巻く環境に主体的に「参画」する。まずは、基本の“食”から。自分の命を支える食をつくる“ふるさと”を、一人ひとりがみつめてほしい。できるなら、その食をつくる人や海や土と、関わってほしい。自分たちの暮らしを手の届くところに取り戻すことで、自ら暮らしをつくりあげる喜びを思い出し、自然災害や経済的リスク、生活習慣病などを抱える脆弱な社会に備える。

わたしたちは、そんな思いを持って、  
食べる通信を立ち上げました。

日本には古くから、人も、海も、土も、支えあって生きる社会がありました。ほころんでいたとはいえ、まだ残っていたその支え合いの精神が、震災直後の被災地で生きる人々の命綱となりました。日本食べる通信リーグはここから出発し、もう一度、人も、海も、土も、支えあって生きる社会を力強くめざします。

そのためにわたしたちが果たすべき使命は、食に「参画」する回路を開くことです。海や土からつくられる食が食卓へ届くまでのプロセスを共有し、生産者の思いや哲学に触れ、様々なかたちで“参画”していく。そのかたちには、知る、購入する、体験する、学ぶ、交流する、コミュニケーションをはかるなどがあります。

食に関わるおもしろさ、社会にコミットするおもしろさを実感できる独自のサービスを開発、提供します。食をつくるプロセスの一部に自ら“参画”した食材が、数ヶ月後に食卓に届くことで、断絶していた「つくる」と「食べる」をつなぎます。これまでの消費社会には、このつながりが欠落していました。そこにあるのは、単なる食とお金のやりとりだけ。

生活とは、活かして生きる、と書きます。

このつながりを回復することで、「消費者」を「生活者」に変えたい。そのためには、単に生産者がつくった食べ物だけでなく、人間の力が及ばない自然に働きかけて命の糧をうみだす生産者の生きざまそのものに価値を見出だしていく必要があります。その価値を伝える情報を生活者に届け、その価値を共有する「生産者＝郷人(さとびと)」と「生活者＝都人(まちびと)」で新しいふるさとを創造するプラットフォームをつくります。



一般社団法人日本食べる通信リーグ  
代表理事  
高橋博之

1974年、岩手県花巻市生まれ。2006年、岩手県議会議員補欠選挙に無所属で立候補、初当選。2011年の震災後、事業家へ転身。“世なおしは、食なおし。”のコンセプトのもと、2013年に特定非営利活動法人「東北開墾」を立ち上げ、「東北食べる通信」を創刊。その後一般社団法人「日本食べる通信リーグ」を創設し食べる通信を全国へ展開。2016年には生産者と消費者を直接結びつけるサービス「ポケットマルシェ」をリリース。生産者と消費者が結びついた社会を目指している。

「治世先治食」

透過食通信・將被切斷的種植/捕獲者與吃的人雙方連結起來

消費・被寫為「花費後消失」

我們的生活・是藉著使用貨幣・與他人交換產品所構成的。雖然效率高又省事・但這樣的互動・卻無法讓我們在日常生活中感受到個人的智慧・利用創意巧思製作出產品的喜悅・以及感動的情緒。我們的生活・就這樣隨著消費主義・在不知不覺間變得遙不可及。

所謂的生活・除了食衣住各方面缺一不可外・或許還包括了在遇到僅靠一己之力無法解決的困難課題時・可以靠大家的力量一同突破・將社會打造成更容易居住的環境也說不定。我們到目前為止・不論是食衣住或地域營造等方面皆借他人之手完成・可說是如同一直坐在觀眾席上・以看好戲的心態看待。是誰生產出這些產品的・又是哪些人做了這些事情的・卻是乏人問津。這樣的心態・明顯不是以一個打造生活的主人公(當事人)在過活・而是以客人(事不關己)的角色活著。而失去了當事人的社會・是無法產生出活力朝氣的。

這是我們經審思後得到的答案  
「治世先治食」

我們可藉著主動著手・參與來改變圍繞在生活周圍的環境。首先・就從最基本的「食」開始。我希望每個人都能找到那支撐著自己「食」方面的故鄉。如果可以的話・我還希望大家能與生產這些食物的人物・海洋及土壤建構起關連性。只有藉著我們將自己的生活回歸到觸手可及之處・才能重新感受到親自為自己的生活付出的喜悅・並解決因自然災害・經濟風險及生活習慣病等問題而變得脆弱的現今社會問題。

「世なおしは、食なおし。」

食べる通信は、断絶していた  
「つくる」と「食べる」をつなぎます。

消費とは、費やして消す、と書きます。

私たちの暮らしは、他人がつくったものを貨幣と交換して手に入れることで成り立っています。効率もよく、楽ですが、そこには、自分たちの暮らしを、自らの知恵、創意工夫でつくりあげる喜び、感動がありません。私たちの暮らしは、私たちの手の届かないところに遠のいてしまいました。

暮らしには、衣食住が欠かせません。そして、一人の力で解決できない大きな課題はみんなで力を合わせて解決し、暮らしやすい地域をつくらなければなりません。私たちはこれまで、衣食住、地域づくりを他人の手にゆだね、観客席の上から高見の見物をしてきたと言えます。誰かがつくってくれるだろう、誰かがやってくれるだろう、と。暮らしをつくる主人公(当事者)ではなく、お客様(他人)でした。当事者を失った社会から活力がどうまわればよいでしょうか。

わたしたちは考えました。  
世なおしは、食なおし。

自分の暮らしを取り巻く環境に主体的に「参画」する。まずは、基本の「食」から。自分の命を支える食をつくる「ふるさと」を、一人ひとりがみつめてほしい。できるなら、その食をつくる人や海や土と、関わってほしい。自分たちの暮らしを手の届くところに取り戻すことで、自ら暮らしをつくりあげる喜びを思い出し、自然災害や経済的リスク、生活習慣病などを抱える脆弱な社会に備える。

わたしたちは、そんな思いを持って、  
食べる通信を立ち上げました。

日本には古くから、人も、海も、土も、支えあって生きる社会がありました。ほころんでいたとはいえ、まだ残っていたその支え合いの精神が、震災直後の被災地で生きる人々の命綱となりました。日本食べる通信リーグはここから出発し、もう一度、人も、海も、土も、支えあって生きる社会を力強くめざします。

そのためにわたしたちが果たすべき使命は、食に「参画」する回路を開くことです。海や土からつくられる食が食卓へ届くまでのプロセスを共有し、生産者の思いや哲学に触れ、様々なかたちで「参画」していく。そのかたちには、知る、購入する、体験する、学ぶ、交流する、コミュニケーションをはかるなどがあります。

食に関わるおもしろさ、社会にコミットするおもしろさを実感できる独自のサービスを開発、提供します。食をつくるプロセスの一部に自ら「参画」した食材が、数ヶ月後に食卓に届くことで、断絶していた「つくる」と「食べる」をつなぎます。これまでの消費社会には、このつながりが欠落していました。そこにあるのは、単なる食とお金のやりとりだけ。

生活とは、活かして生きる、と書きます。

このつながりを回復することで、「消費者」を「生活者」に変えたい。そのためには、単に生産者がつくった食べ物だけでなく、人間の力が及ばない自然に働きかけて命の糧をうみだす生産者の生きざまそのものに価値を見出していく必要があります。その価値を伝える情報を生活者に届け、その価値を共有する「生産者＝郷人(さとびと)」と「生活者＝都人(まちびと)」で新しいふるさとを創造するプラットフォームをつくります。



一般社団法人日本食べる通信リーグ  
代表理事  
高橋博之

1974年、岩手県花巻市生まれ。2006年、岩手県議会議員補欠選挙に無所属で立候補、初当選。2011年の震災後、事業家へ転身。「世なおしは、食なおし。」のコンセプトのもと、2013年に特定非営利活動法人「東北開墾」を立ち上げ、「東北食べる通信」を創刊。その後一般社団法人「日本食べる通信リーグ」を創設し食べる通信を全国へ展開。2016年には生産者と消費者を直接結びつけるサービス「ポケットマルシェ」をリリース。生産者と消費者が結びついた社会を目指している。

「治世先治食」

透過食通信・將被切斷的種植/捕獲者與吃的人雙方連結起來

我們抱持著這樣的想法  
成立了食通信

日本自古以來，便是由人類、海洋及土壤三方相互扶持，進而建構起來的社會。雖說這樣的精神在現今變得薄弱，但仍被遺留下來的相互扶持精神，成了東北大地震災區居民們的救命繩索。食通信聯盟希望由此出發點，誠心希求再次讓人類、海洋及土壤相互緊密結合、極具生命力的社會重生。為此，我們最重要的使命，便是從「食」方面著手，開創新道路。將從海洋、土壤中獲得的食物送到餐桌上的這段過程與他人共享、了解生產者的心意與哲學等，以各種型態來著手參與。而這些型態分別有：瞭解、購買、體驗、學習、交流以及促進相互了解等各面向。

我們致力於開發、提供可讓人們發掘與食物有關的有趣之處、實際體驗與社會產生關連所帶來的喜悅等獨創服務。藉由讓參與者親身參與一部分食物製造過程所產出的食材，在數個月後便送到餐桌上的行為，讓被斷絕的「製造」與「食用」兩者間再次產生關聯。現在的消費社會就欠缺如前述所說的關聯性。在消費社會中，僅存在著食物與金錢的交換行為。

生活，被寫為「生氣蓬勃地活著」

我希望藉由回復過往的關聯性，讓「消費者」轉變為「生活者」。為此，不單是生產者所生產出的食物而已，在面對人類的力量也無法抗衡的大自然面前也努力揮灑汗水、生產出維持人類生存的糧食之生產者的英姿與價值也應能被眾人看見。將這些價值觀、情報傳遞給生活者，並讓共同擁有這些價值觀的「生產者＝鄉下人」與「生活者＝都市人」間，有個能共創新故鄉的平台。



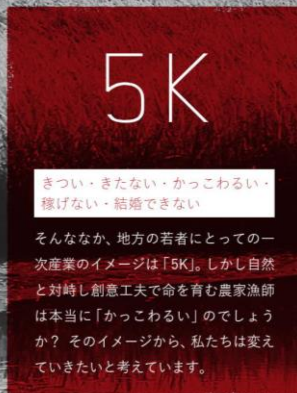
## 食卓の裏側で

「つくる人」の苦境が続いています

大量生産大量消費社会の中で減り続ける生産者。私たちは「つくる人」の価値を伝え、生産者と消費者がお互いを尊重し合える社会をめざします。

## 在餐桌の背後

生産者の困境仍持續進行著



## 1000万人→192万人

### 農業人数の推演

1970年曾達到1000萬人的農業就業人口數，2016年卻減至192萬人。現在也以每5年減少20%人的速度，讓離農問題的齒輪無法停止。我們在享受豐富食生活的同時，也面臨了一級產業人口不足的問題。

## 39歳以下→6%

### 生産者年齢比較

農業人口中，有65%的人年齡在65歲以上。39歲以下者僅佔了6%。缺乏繼承者及年輕人離農現象在高齡化的加速下變得更加嚴重。農業人口的平均年齡高達68.5歲。使得從農者在進行農業工作時發生事故的機率大幅提升。

## 消費者：生産者=98:02

### 消費者與生産者の比例

與從事一級產業的人口數300萬人相比，日本人口數高達1億2千萬人之多。佔壓倒性多數的消費者，只能仰賴僅2%の生産者及從海外輸入的食物維持生命。農家、漁夫的存在漸漸從日常生活中消失殆盡。

## 5K

### 辛苦、肮髒、遜、不賺錢、沒法結婚

（取名為5K是由於上述五個字詞的日文發音皆由K開頭而來）在這樣的背景下，地方的年輕人們普遍對一級產業抱持著「5K」的印象。但是，與大自然抗衡、發揮創意巧思來孕育生命的農家、漁夫們真的「遜」嗎？我希望能改變這樣的刻板印象。

## 1/100

### 認識昨天所食用的食物之生産者的人数比例

我們在進行演講時都會問這個問題，即使只有一樣也好，認識昨天自己所食用的食物之生産者的人数，每場頂多只有1到2人。對大多數的消費者而言，與生産者間有著相當遙遠的距離。

## 食べる通信が起こした変化



魚、肉、野菜、その裏側がわかって新鮮な驚き。新しい世界の入口でした

それまで八百屋さんで買物をするとき、野菜について質問したこともなかったんですが、食べる通信で作り手のモチベーションがわかって、今は色々なことを知りたいし、コミュニケーションしながら買い物しています。生産者さんでも料理人でも、つくり手の気持ちや工夫を「知って食べる」だけでぐっと体験の価値が増す。新しい世界でした。



中野末知子さん  
2013年の創刊時から『東北食べる通信』を購読。大学教員として忙しい仕事の合間にも、マルシェやイベントで生産者さんと食べものとの出会いを楽しんでいるそう。



仲間や生産者となつがって、イベントやマルシェに参加する。それが楽しいですわ

20年来有機野菜の宅配サービスを利用してきました。食べる通信は現地体験やイベントでどんどん仲間ができて、そして生産者さんと距離が近いのが魅力ですね。代も仕事もバラバラ、でも不思議とざっくばらんなおつあいができています。芋づる式に3誌購読してしまいが、仲間たちとの交流が一番の価値だなと思います。



伊藤富三子さん  
主婦。東松島・綾里、そうま食べる通信の3誌購読中。ご著さんへ応援するため自分でもできることがないかな、イベントやマルシェを手伝っているそう。



命に向き合う生産者さんの生き様を伝えるビジョンに共鳴、お手伝いしています

仕事で縁ができた奥能登の生産者さんの、日々命と向き合う真摯な生き方に魅了されました。でも彼らには自分たちの本当の価値を発信する術がないんですね。自分に何かできないか模索しているときに食べる通信と出会い、即、お手伝いすると決めました。生産者さんと都会の方がつながる場をつくるのが自分にとって喜びだし、成長になります。



小林純さん  
『加賀能登食べる通信』読者。空間プロデュース・地域おこしの仕事のかたわら都内イベントの企画・運営中心にプロボノとして『加賀能登食べる通信』に関わっています。東京出身。



色々な生産者となつがっていたから下北半島への移住も決断できた

私の場合は生産者と結婚するということかなり特殊なパターンですね(笑)。2013年に食べる通信に出会って、東北各地の生産者となつがった。なので結婚して下北へ移住する話ができたときも東北のあちこちに友達がいるし安心感がありました。震災や食べる通信との出会いから価値観が変わってきて、地方での暮らしに興味もわいたこともありますね。



福田亜由美さん  
CM制作会社のOLとして東京で在職中に『東北食べる通信』と出会う。生産地ツアーへの参加がきっかけでなんと、2016年下北半島の漁師と結婚・移住してしまいました。広島県出身。

### 読者

了解魚、肉、蔬菜背後的故事而感受到從未有過的驚喜感。是通往嶄新世界的入口。過去到蔬果店購買食材時，從來不會過問眼前這些青菜的事，但透過食通信了解生產者的熱情後，現在對食材的各方面都相當感興趣，也會邊與販售者交流邊購買。不論是生產者或是烹飪者，在了解這些製造者的心意與功夫後「知曉再品嚐」便會讓體驗到的價值更加珍貴。是前所未有的新世界體驗。

#### 中野末知子 小姐

自2013年「東北食通信」一創刊便開始購讀。即使因大學職員的身份過著忙碌的日子，仍積極參與農夫市集與活動，享受著認識生產者及農產品的喜悅。

### 読者

與夥伴及生產者產生羈絆，積極參與活動和農夫市集。這真的相當有趣。雖然20年來一直有在利用有機蔬菜的宅配服務，但因參加食通信所舉辦的當地體驗及活動而持續認識許多新夥伴，並近距離與生產者接觸，是其最大的魅力。大家的年齡、職業雖都不相同，卻能毫無記掛的相互交流。我訂購了其他三個地區的食通信，深切感受到與夥伴間交流是最具價值的。

#### 伊藤富三子 小姐

家庭主婦。訂購了東松島、綾里、相馬食通信。希望能盡一己之力為生產者打氣，而積極協助活動及農夫市集的進行。

### 読者

對於將奉獻生命的生產者故事傳遞出去一事產生共鳴，期望能盡一己之力在工作的機緣下，被奧能登的生產者們每日奉獻生命的真摯身軀所吸引。但是，他們卻不知如何將自己真正的價值傳播出去。在摸索自己能幫上什麼忙時，有幸與食通信相遇，當下便決定協助幫忙了。幫生產者與消費者營造出雙方可相互連結的舞台，不但心喜，也讓自己成長了不少。

#### 小林純 先生

「加賀能登食通信」の讀者。平時除致力於空間營造、地域移居之專業領域外，亦以專家的身份協助「加賀能登食通信」舉辦於東京都內的活動企劃、營運。東京都出身。

### 読者

與許多生產者交流後，下定移居下北半島的決心。我是屬於與生產者結婚這類較特殊的情形(笑)。2013年與食通信相遇，進而與東北各地的生產者們開始產生連結。因此，當結婚後確定要移居到下北時，因為在東北地區有許多朋友在而感到很放心。經歷震災以及與食通信相遇，改變了我的價值觀，也讓我對下北的生活充滿好奇。

#### 福田亞由美 小姐

在東京的廣告公司工作期間接觸到「東北時通信」。以參加生產地遊程為契機，2016年與下北半島的漁夫結婚，並移居至下北半島。廣島縣出身。



## 食べる通信が起こした変化



食べた人から「うまい」の声  
生産者冥利に尽きる

俺の場合は読者の人と SNS やイベントで直で接して、自分のホタテの感想を言ってもらったのが大きかった。あれだけ大勢に「うまい！」って言ってもらえるのは生産者冥利に尽きる。地域の他の漁師にも同じ経験をしてほしい、そう思ったから『綾里漁協食べる通信』の創刊を志したんだ。食べる人の評価が、俺たち漁師の原動力だから。



佐々木淳さん  
岩手県大船渡市綾里地区の養殖ホタテ漁師。輩より實にこだわったホタテは「恋し浜ホタテ」としてブランドに。『綾里漁協食べる通信』創刊発起人の一人。『東北食べる通信』2014年4月号で特集。

### 生産者

從品嚐者口中聽到「好吃」  
是生產者最大的幸福

我利用社群網絡及活動直接與讀者做連結，並從讀者口中得到品嚐過我生產的帆立貝的感想，對我而言是最意義重大的。對生產者而言，被許多人稱讚「好吃」就是最大的幸福了。希望地域的其他漁夫們也能有同樣的體驗，抱著這樣想法而決定創立「綾里漁協食通信」。品嚐者的鼓勵，便是我們漁夫的原動力。

### 佐々木淳 先生

於岩手縣大船渡市綾里地區養殖帆立貝的漁夫。販售比起數量更重視質量的帆立貝，並自創品牌「戀濱帆立貝」。是「綾里漁協食通信」創刊發起者的其中一人。「東北食通信」2014年4月號的特輯主角。



今まで考えられなかった縁  
生産者・読者コラボの可能性

私より前に『東北食べる通信』で特集された福島県の白石長利さんとつながって世界が広がりました。彼の畑で育てた大根を私がいぶり大根につけるコラボから、秋田と福島、読者とコミュニティの交流が生まれているんです。読者の方も参加して一緒に大根を育て、いぶり、漬けています。私たちだけでやっていたときには考えられなかった縁です。



西宮三春さん  
主婦ながら、「秋田の伝統食を継承したい」と2011年からいぶり大根づくりにチャレンジ。無農薬・無添加で大根づくりから取り組んでいます。『東北食べる通信』2015年2月号で特集。

### 生産者

至今從未想過的緣分  
生産者・讀者合作的可能性

我與更早被「東北食通信」作為特輯主角的福島縣白石長利先生接觸為契機，開啟了前所未有的世界。藉著白石先生田裏所種的蘿蔔與我的膽振蘿蔔做結合，秋田與福島兩地合作，讓生產者與讀者產生交流。讓讀者也一同參與種植、醃製蘿蔔。這是在獨自醃製時從未想過的光景，可說是種緣分。

### 西宮三春 小姐

家庭主婦，自2011年以「想傳承秋田的傳統食物」的心情開始挑戰醃製膽振蘿蔔。種植無農藥、無添加物的蘿蔔。是「東北食通信」2015年2月號的特輯主角。



お茶づくりだけではなく、自分の「総体」を情報誌にしてくれた感動

僕がなぜ新規就農し耕作放棄地を茶畑に変えたか、そして目指す理想。それをライフストーリーや農場の循環モデルなど、誌面企画を駆使して情報誌にまとめてくれました。お茶の魅力だけじゃない、僕の「総体」がそこにはあるんです。だからお客さんでも商談相手でも、食べる通信を読んでもらうとつながりが一気に深くなりますね。



伊川健一さん  
奈良県の大和高原で無農薬・自然栽培のお茶づくりを続ける農家さん。耕作放棄地を茶畑に変え、目指すのは「人と自然が調和した世界」。『奈良食べる通信』2016年6月号で特集。

### 生産者

不單只有茶而已，而是自己「整個」被刊為情報誌的感動  
為何我會投入務農、把耕作放棄地轉為茶田，以及我所追求的理想。將這些生活故事和農場的循環系統，以雜誌的形式印製成經過整理的情報誌。不單只有茶的魅力，而是連同我這個生產者「整個」被記入其中。所以，不論是客人或是生意往來者，都能藉由閱讀食通信做全盤的了解。

### 伊川健一 先生

在奈良縣大和高原上持續種植無農藥、自然栽培茶葉的茶農。將耕作放棄地改成茶田，以營造「人與自然相互調和的世界」為目標。是「奈良食通信」2016年6月號的特輯主角。

読んで食べるだけでなく、仲間や生産者との出会いがある。  
食べる通信から生まれた、読者と生産者の変化。



「相馬のために、なんとかしたい」  
同じ思いで編集部も読者もつながっている

自然卵養鶏法で育てた鶏卵の販売を始めたタイミングで特集してもらいました。1パック700円を超える高い商品。販路も何もない状態でしたが、読者の口コミから販路がぐっと広がった。『そうま食べる通信』の読者は「相馬のために、なんとかしたい」という共感でつながっている。僕もその思いで就農したから、読者は仲間と感じます。



菊地将兵さん  
2011年5月、故郷である福島県相馬市に戻り就農。機械も土地もお金もなく、風評被害で野菜も売れない。そこから地道に生産と発信を続けファンを広げている。『そうま食べる通信』2016年1月号で特集。

### 生産者

「為了相馬，得做些什麼才行」  
同樣的想法讓編輯部及讀者產生羈絆。開始販賣以自然蛋養雞法所培育的雞蛋時，正巧被食通信選為特輯主角。我所販售的是一盒超過700日圓的昂貴雞蛋。在毫無通路的情況下，靠著讀者的口碑漸漸擴展銷路。「相馬食通信」的讀者間，以「為了相馬，希望能做點什麼」的共同心情相互連結。我也是抱持著這個想法從農，所以讀者對我而言，就如同夥伴一樣。

### 菊地將兵 先生

於2011年5月回到故鄉——福島縣相馬市開始務農。沒機具、沒土地也沒錢，加上災區的負面風評影響，蔬菜根本賣不出去。後靠著持續腳踏實地的生產與推廣，粉絲人數逐漸增加。是「相馬食通信」2016年1月號的特輯主角。

## 全国に広がる、食べる通信リーグ

2013年7月に東北から始まった「食べる通信」は、北海道から沖縄まで全国各地に広がり続けています。ここでは、その展開を行う「日本食べる通信リーグ」の概要や仕組み、多様な編集長たち、そして加盟者のメリットについて解説します。



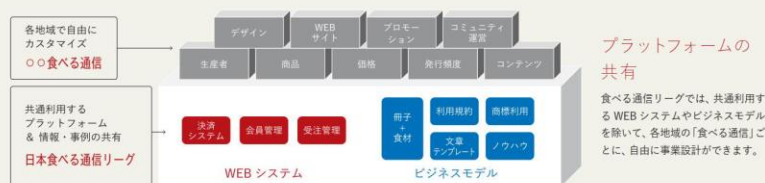
日本食べる通信リーグは、全国の「食べる通信」編集部の連盟組織です。各通信は、食べる人とつくる人をつなぐことにより、地域や社会の課題を解決することにチャレンジしています。日本食べる通信リーグ(以下、リーグ)はフランチャイズ形式ではなく、各通信が独立運営を行うリーグ形式をとっています。リーグから提供するものは、食べる通信の商標や受注決済などのWEBシステム、ビジネスモデルのみ。商品内容・デザイン・価格・発行頻度などは各通信が地域に合わせて、自由にカスタマイズすることが可能です。

これらの仕組みにより、地域出版社や制作会社に限らず地元企業や行政、生産者や移住者など多彩なプレイヤーが「食べる通信」を創刊するに至っています。リーグでは、食べる人とつくる人がつながる豊かさを全国津々浦々に広めるため、常に新たな仲間(加盟者)を募集しています。

### 食べる通信リーグの仕組み

#### 地域の独自性を活かす「リーグ方式」

「食べる通信」は、各地域の個人・団体・企業が「一般社団法人日本食べる通信リーグ」よりライセンスを受けて運営します。リーグは、全国の「食べる通信」編集長の連盟組織です。本部が加盟団体に商品やサービスを提供するフランチャイズと異なり、各地域が独自の価格設定やデザインで発行できる点、リーグ全体の方針は加盟編集長の会議により決定する点がリーグ方式の特徴です。



## 擴展至全國、食通信聯盟

於2013年7月從東北開始的「食通信」  
現在北至北海道、南至沖繩，於全國逐漸擴展開來。  
在此向各位解說為整合擴展而成立之「食通信聯盟」的概要與體系、  
多元的編輯長們、以及對加盟者的好處。

日本食通信聯盟，是「食通信」編輯部的聯盟組織。各個食通信透過將品嚐的人與生產的人相互連結，進而試著解決地域上或社會上的問題。日本食通信聯盟(以下簡稱聯盟)並非以加盟連鎖的型態活動，而是以各個食通信獨立經營的方式形成之聯盟體系。聯盟所提供的資源僅有：食通信的商標、網路販售系統、營運模式這三項。至於商品內容、設計、價格、發刊頻率等則交由各食通信依據地域條件決定，依各自的喜好自由發揮。

在這樣的規則下，發刊者不僅限於地域出版社或製作公司，連當地企業、行政單位、生產者或移居者等，各領域的人士們開始了刊行極具特色的「食通信」。現在，聯盟仍持續努力讓連結品嚐者與生產者之理念在全國各地擴展開來，為此，隨時期待新夥伴(加盟者)加入我們的行列。

多様な編集長たち

多様な編輯長們



そうま食べる通信 共同編集長  
菊地基文

支持著個性豐富的編輯部  
充滿點子的當地漁夫

「相馬食通信」是以雙編輯長體系來經營。身為其中一名編輯長的菊地先生是名漁夫。受核能廠事故影響，使漁業方面受到限制時，決定與經營土木建築公司、亦是另一位編輯長的同屆同學・小幡廣宣先生一同創刊。相馬食通信由水產加工業者、盤商、禮品店、土木工程等個性多元的成員們所組成，展現出天生愛好有趣事物的精神，並以創意點子作為優勢。



稲花 食べる通信 from 新潟 編集長  
手塚貴子

在移居地新潟、以個人名義創刊  
深受生產者及讀者們的喜愛

從東京移居至新潟，並一邊種植無農藥稻米、一邊發行「稻花食通信 from 新潟」的，便是手塚小姐。將讀者數不多的情形轉為優勢，推出豐富的農業體驗、當地住宿體驗等讀者限定活動，進而實現營造雙方強韌的羈絆關係。是支持著當地生產者、亦被生產者支持著的個人營運型「食通信」範本。



大槌食べる通信 編集長  
吉野和也

藉震災的機會而相遇的鄉鎮與人們  
想將他們的魅力傳達給全國的人們

吉野先生曾是位在東京工作的上班族，以擔任東日本大震災的義工為契機，接觸到岩手縣大槌町並移居至此。現仍持續進行著復興支援活動。於活動中，深切感受到大槌町豐富的食材、特有自然環境與文化以及在地人的溫暖，而希望將此傳達給更多人知道。抱著著這樣的想法，創立了「大槌食通信」。為了增加全國各地的大槌粉絲而日夜努力著。



ひろしま食べる通信 編集長  
梶谷剛彦

藉著連結達到地域活化  
老舖印刷公司的部長

發行「廣島食通信」的株式會社中本店，是間創立於1919年、與廣島地區有著深厚關係的印刷公司。梶谷先生擔當該公司的企劃部部長，從營造「人與人」、「人與社會」間的強韌羈絆，讓地域與公司共同成長之地域貢獻的觀點出發，而發行了「廣島食通信」。從搭配每期的食材運用不同的雜誌紙質，可感受到身為印刷公司的用心。



山形食べる通信 編集長  
松本典子

邊養育兩個孩子  
邊將文化傳承給未來的世代

為保護山形縣的傳統蔬菜與地域食文化，而創立「山形食通信」的松本小姐。原本在東京擔任寫手的松本小姐，以結婚為契機移居至鶴岡，在養育兩個孩子的同時邊擔任編輯長的職務。希望將瀕臨消失邊緣的傳統蔬菜傳承給未來世代，為此，每天為增加能理解此理念的讀者而努力著。



長島大陸食べる通信 編集長  
井上貴至

擔任編輯長的副町長  
總務省的派遣官僚

29歲的井上先生是從總務省被派遣到鹿兒島長島町的副町長。除了創立「長島大陸食通信」外，亦配合雜誌開設販賣網站、推出移動便當販售車「長島大陸鯉馬食堂」等特色政策。以「食通信」為軸心來連結各界交流，可說是長島町地方創生的引擎。



企業が加盟する理由

## 4つのメリット

私たちは企業として「食べる通信」に取り組むなかで、大きく4つのメリットがあると感じています。

- ① ブランディング / CSR
- ② 採用
- ③ PR
- ④ 本業とのシナジー

## 吸引企業加盟の理由 四大益處

我們在以一個企業的身份著手刊行「食通信」的過程中，體驗到其所帶來的四個好處：

- ①企業觀感/CSR
- ②徵才
- ③PR
- ④與本職的綜效性

而其中對企業觀感所產生的影響最大。在處於情報洪流中卻只吸收到表面資訊的現在，更應該手腳並用，將事物的內幕及潛藏的人情味、心意、故事傳達出去的企業行動，正巧與敝社的行事方針符合。此點正是敝社決定創辦食通信的一大理由。加上「食通信」所推出是前所未有的服務主要業務，而連帶使敝社給人一種「嘗試新事物的公司」的加分效果。而這樣的觀感與態度，在年輕世代間特別引起反響，在人員採用方面，也有助於年輕職員對公司產生好感及親切感。加上因刊行「食通信」而增加了宣傳機會，進而有電視台及報章雜誌來訪問敝社的主要業務。宣傳效果十足。

敝社是家專門經營旅店及飲食店的公司，而食通信對於菜單開發、食材提供方面有極大的相乘效果。另外，在一邊拜訪生產地及收產者、一邊被本職業務追得團團轉的同時，藉由「食通信」而直接與生產者產生連結，可面對面相互交流對烹飪人員們而言是很好的刺激。從這點來看，在專業領域與「食」有關聯的企業，特別是期望在生產者與生活者間創造連結機能的公司，加入食通信會有極大的幫助。當然，「食」對任何人而言都是不可或缺的領域，藉此讓全國的人們對食有更高度的關注，在某種意義上，「食通信」是一種能讓各領域企業增加自身益處的手段。



### UDS株式會社 社長 京都食通信 發行人 中川敬文

著手過日本藝術旅店的先驅目黒「CLASKA」、兒童職業體驗設施「KidZania東京」、代代木village等，依獨特的系統誕生出許多新設施的企劃，設計的優良實績公司—UDS株式會社。現於日本全國有親自經營旅店、青年旅館、咖啡廳、餐廳、學生食堂、分租套房、共用工作空間、公共設施等總數20棟以上之設施。京都食通信發行人。http://www.uds-net.co.jp/

## 食べる通信の可能性 食通信の可能性

### 「食べる通信」から派生するビジネスに可能性を感じる

「食べる通信」はべらぼうに儲かるビジネスモデルではありませんが、黒字を出すことはできます。『北海道食べる通信』の例を挙げると、毎号制作費は約50万円、印刷費は約15万円。北海道在住の専任スタッフの人件費や取材の渡航費等の支出をふまえると、550～600人にご購読いただければ黒字になる計算です。

とはいえ、「食べる通信」だけで儲ける



成長戦略をつくることは難しいと思います。「食べる通信」を発行することで生まれる利益よりもむしろ、そこから派生するビジネスを生むことに無限の可能性があると考えます。

そのひとつとして、モニターを集めて新商品のアンケートを集計して生産者さんに提供する活動を始めています。生産者のみならず地域の自治体と都心をつなぎ、マーケティング活動などのビジネス

が広がる可能性があると思っています。また、生産者さんを読者が訪ねるツアーや、都心に生産者さんを招く交流イベントを開催しています。誌面の多言語化も考えています。国内に留まらず、広く北海道の魅力や生産者さんのストーリーを発信していきたいです。



北海道食べる通信 編集長  
林 真由

1979年、北海道生まれ。株式会社グリーンストーリープラス代表取締役。ヤフーを経て、2005年より出身地の十勝にある十勝毎日新聞社に勤務。2006年、新規事業として銀座コリド街に「お取り寄せダイニング十勝屋」を開店。十勝の食材の魅力やそのストーリーを伝える。そこで得た経験を活かそうと2015年6月『北海道食べる通信』創刊。ジュニア野菜ソムリエ、北海道フードマイスターの資格を持つ。



東松島食べる通信 編集長  
太田 将司

1973年、千葉県生まれ。インテリアショップ「アクタス」に勤務。東日本大震災を機に退職し、2011年11月宮城県東松島市へ移住。2012年1月より『東松島あんでなしよっぴ まちんど』勤務。2014年8月『東松島食べる通信』創刊。都市に住む消費者向けではなく、「地元のため、地元に向けて」の編集姿勢を貫いている。子どもが生産現場取材して発信する企画や、地域と連携した食育事業などを独自に展開している。

### 「食べる通信」は町のためになるだからやる

東松島の身近な生産者が『東北食べる通信』で特集されたことをきっかけに、その生産者自身や誌面を見た地元のアンテナショップスタッフたちが明らかに変わった。その様子を見て「これは町のためになる。町のみならず一緒につくる」と決まりました。

地元に向けて発信することで、僕よりも長く住んでいる人たちの価値観を変えられたことがよかったです。冊子を編集しているのは僕ですが、それはひとつの役割。宣伝する人、協力する人がまわりから出てきます。それは、特集される生産者が「うちの町の人」だからです。僕は、町の人たちが笑顔で自慢できるものがある、そういう町にしたい。

うちには「東松島食べちゃう！通信」

という、子どもが生産現場取材する企画がありますが、みんなこれをやりたいがるんです。家に帰って「次のいちご特集、何しよう」と企画を練っているらしくて。こうなればもう「食べる通信」は関係なく、町そのものが楽しくなる。町にかっこいい大人がいたり、誇りや楽しさがあがりすれば、子どもたちは町を出ていけなくなりますよ。



## 感受到由「食通信」衍伸出的商業可能性

「食通信」雖不是個能賺大錢的商業模式，但它確實可創造盈餘。以「北海道食通信」為例，每期製作費約50萬日圓、印刷費約15萬日圓。如要足夠支付居住在北海道之專任工作人員的人事成本及取材交通費用支出的話，讀者數達550~600人便能創造盈餘。

話說如此，單靠「食通信」便想創造利益的成長戰略是相當困難的。與其期望靠發行「食通信」獲取營收，更該思考其所延伸出之商業機會所帶來的無限可能性。

作為一種嘗試，我們現在有對神秘顧客進行問卷調查，並將結果提供給生產者的活動。不光是生產者，就連地域的自治單位也有機會與都心產生連結，增加如市場調查活動等各類商業活動的機會。

另外，亦有舉辦讀者前去拜訪生產者的遊程、將生產者邀請到都心參加交流會等活動。現也考慮將刊物多國語言化，不光是日本國內，而是讓更多人士有機會了解北海道的魅力及生產者的故事。

北海道食通信 編輯長 林 真由

## 「食通信」能幫助到村子所以非做不可

自己認識的東松島生產者被選為「東北食通信」特輯主角為契機，藉著被報導一事，不僅是生產者，就連雜誌上刊登的當地商品直銷店的工作人員們也都有了明顯的變化。有鑑於此，便心生「創立食通信是為了村子好，讓村裡的大家一起來參與吧」的決心。

向在地的人們提倡這個想法後，對我而言最大的收穫，就是居住年份比我还久的人們的價值觀有了改變。負責編輯刊物的雖然是我，也只能算是食通信活動中的一個角色罷了。從身邊出現了許多前來宣傳、幫忙的人們。能得到這些幫助，是源於幫手們心中對食通信所刊登的生產者有著「他是我們村裡的人喔！」的驕傲情感。我希望能打造一個讓在地人可笑著說出自己感到驕傲在地事物的村莊。

在我家有個名為「吃遍東松島！通信」的活動，是讓孩子們到生產現場訪問的自家企劃案。當完成訪問回到家後，便馬上想著「下期的草莓特輯要做什麼好呢」並開始著手企劃。雖然這和「食通信」沒有關聯，卻讓我們相當享受農村的美好。如果村子裡有帥氣工作的大人、驕傲情操與樂趣的話，孩子們也就不會想離開了。

東松島食通信 編輯長 太田將司



# 食通信の可能性

## 独立採算の編集部が

### 切磋琢磨するからこそその緊張感に期待

食べる通信には「東北食べる通信」創刊から注目していました。震災から3年目の当時、その他復興支援事業と比較し明快なコンセプトがあった。誰と誰が繋がってほしいか、これほど明確なビジョンを持っている事業は珍しく、またビジョンが情報誌に集約されているのでハブとして多様な人の輪が生まれることがイメージできました。その後全国に展

開が広がったことは、コンセプトと媒体の力の証左であると思います。もう一つ、リーグ制という各編集部が独立採算の仕組みをとったことも重要です。日本財団では様々な団体やネットワークへ支援を行っています。中央に本部がある上意下達の組織か、独立した組織がゆるやかな提携を行っているケースがほとんどで、連携しつつ緊張感をもって競争や切磋琢磨していく社会事業は日本でも希有なのです。そこから地域で活躍する起業家が排出されることを期待しています。しかし分散の仕組みは、クオリティ維持やメッセージの強さの面でデメリットもなり得ます。リーグ制を維持しつつ、そういった課題を解決していくことで生まれるイノベーションに期待があります。



日本財団ソーシャルイノベーション本部  
上層チームリーダー  
青柳光昌  
障害者の移動困難の解消、NPO支援センター強化など市民活動の促進に従事。2011年3月の東日本大震災後、同財団の災害復興支援チームの責任者として、企業や行政と連携した多くの支援事業に携わる。現在は、社会的投資の普及や政府と連携した子どもの貧困対策などを担当。なお日本財団は、全国の「食べる通信」の立ちあげ・創刊・普及について日本食べる通信リーグと協業を行っています。



株式会社良品計画 事業開発担当部長  
生明弘好

1998年 株式会社良品計画 入社。香港、シンガポール、韓国、台湾、中国への無印良品店舗の展開に従事。2005年12月には香港の現地法人社長に就任。2006年10月から2014年4月にかけて米国へ赴任し現地法人の社長を務める。帰任後は地域活性化事業など、無印良品の新規領域での事業開発を担当している。

## 「食べる通信」と無印良品と一緒に、生産者との「感じ良い関係」のきっかけ作りを

食べる通信のおもしろいところは、会はずのなかつた人や地域とつながり新しい関係を築くきっかけになること。そうした様々な「感じ良い関係」が、無印良品が提供したい「感じ良い暮らし」を構成していくと思います。食べることは身近な行為なのに、消費者にとって生産現場は遠い存在となり、食べものは「食材」として消費されるも

のようになってしまいました。生産者との関係性の希薄さに不安や疑問を感じている方は多い。食べる通信と一緒に、消費者が生産者や生産現場に思いをはせるきっかけを作りたいと考えています。

協働の一例をご紹介します。一部の店舗内にOpen MUJIというお客様参加型のコミュニケーションスペースがあります。そこを活用し、生産者さんとワークショップを開催しました。また有楽町店では、各地の編集長が生産現場や地域での発見をシェアするトークイベントを定期的に実施しています。

いずれは、各地の編集部と地域の店舗との連携を実現したいです。実店舗を持つ強みを活かし、より多くの方に「つながる場」を提供していきたいですね。



## 讓各自獨立經營的編輯部 相互切磋所帶來的緊張感值得期待

我於「東北食通信」創刊起便開始關注食通信。在大震災發生三年後的時間點，食通信與其他震災復興支援活動相比有著極明確的理念。如此抱持著期望在人與人間建立關係性的明確構想的公司真的很稀少。且將構想以情報誌的方式做整理，並以此為中心衍生出多元的人際關係。後陸續在全國出現新的食通信一事，便是理念與媒體力量相輔相乘的證據。另外，讓各個編輯部獨立經營的聯盟制度也很重要。日本財團雖對多種團體及網絡提供支援，其組織結構以由中央本部向下傳達指令，或是獨立組織間的寬鬆合作這兩種方式居多，如食通信這般互助卻仍保有相互競爭、緊張切磋感的公司在日本可說是絕無僅有。可期待從這緊張感中培育出在地域活躍發展的創業家。但是，如此各自分散經營的制度，在維持品質方面可說是個雙面刃。一邊維持聯盟制度，一邊尋找解決方案相信能帶來促使進步的技術革新。

日本財團Social Innovation本部 上層團隊領導人 青柳光昌

## 「食通信」跟無印良品一樣 以與生產者間創造「良好關係」而設立

食通信有趣的地方，在於讓原本無緣相遇的人、地域有機會連結並產生新的關係性。而從中所產生的各種「良好關係」，便能帶動無印良品想提供的「良好生活」。吃明明是種普遍的行為，對消費者而言生產現場卻是遙遠的存在，應好好品嚐的「食材」也成了被價格競爭的物品。進而讓因與生產者間關係性稀薄而感到不安、抱持質疑態度的人增多。藉由食通信，消費者可得到接觸生產者及生產現場背後故事的契機。

在此舉個相互合作的例子。我們的部份店舖設有可讓客人參加體驗的空間—Open MUJI。藉由活用這個空間，與生產者一同舉辦體驗活動。而在有樂町店則定期舉辦由各地編輯長分享在生產現場或地域所發現的新奇事物之座談會。

無論是哪種形式，都實現了讓各地的編輯部與地域店舖相互合作。未來希望能持續活用實體店面的強項，為更多人提供「產生關聯性」的場所與機會。

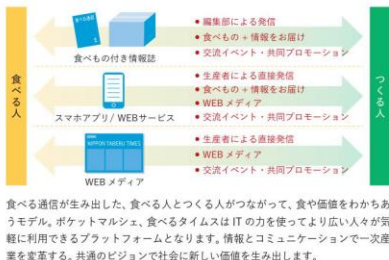
株式會社良品計畫 事業開發擔當部長 生明弘好

## 「つくる人」と「食べる人」をつなぐ関連事業

大量生産大量消費社会のなかでともに疲弊する都市と地方、  
「つくる人」と「食べる人」をつなぐことで、双方の課題を解決する。  
私たちが食べる通信と並行してすすめる事業をご紹介します。

### 食べる通信と関連事業の沿革

- 2013.7 NPO 法人東北開墾発足。『東北食べる通信』創刊。
- 2014.4 『四国食べる通信』創刊。全国展開スタート。
- 2014.4 一般社団法人日本食べる通信リーグ発足。
- 2014.9 第一回「リーグ運営会議」。以後3ヶ月ごとに開催。
- 2014.12 食べる通信リーグ加盟団体が10団体突破。
- 2015.7 WEBメディア『日本食べるタイムス』リリース。
- 2016.3 食べる通信リーグ加盟団体が30団体突破。
- 2016.9 WEBサービス『ポケットマルシェ』リリース。



### ポケットマルシェ



旬な食材を、農家・漁師から簡単楽しくスマホで購入。  
産直がアプリとWEBで楽しめるサービスです  
ポケットマルシェは、生産者さんが自ら出品し、「食べる人」と直接つながって販売できる産直アプリ/webサービスです。食べる通信で得た知見とネットワークを元に、より多くの生産者さんが、自ら発信し販売するためのプラットフォームとして2016年開始しました。ヤマト運輸とのシステム連携で物流面の課題を解決。スマホひとつで出荷ができます。そして食べた後は「ごちそうさま」。モノだけでなく言葉でつながる楽しさを多くの「食べる人」「つくる人」双方にお届けします。



利用者 都内在住・片口美保子さん  
注文すると「これ送ります!」と魚の写真が漁師さんから。産直ならぬ人直と書いたポケマル。釣った人に聞くのが一番と鍋の調理方法も漁師さんに教えてもらい、最後はお礼の言葉を料理の写真を添えて漁師さんに送りました。旬なお魚と、生産者さんとのコミュニケーション!幸せな時間を頂きました。

### 日本食べるタイムス

#### NIPPON TABERU TIMES

現場の農家・漁師が書く!  
史上初のニュースメディア  
「食べる通信も面白いけど、生産者自身の発信もすごく面白いよね」。日本食べるタイムス(通称食べタイ)は、生産者が自らWEBやSNSで発信した投稿を、編集してお届けする「まとめサイト」です。運営するのは約20人の学生編集部。農家・漁師だからこそできる発信、目線にこだわり、150人以上の登録生産者をサポートしサイトを運営しています。各地の食べる通信編集部が「発掘」した生産者を、ポケットマルシェと食べるタイムスが継続的にサポートする、そんな循環も生まれています。



学生編集部 早稲田大学・大町昂平さん  
食べるタイムスの面白いところは、学生と生産者が一緒に企画を作るところ。生産者と連絡をとり記事を作成するだけでなく、仲良くなった生産者に会いに行く学生も! 秋田の漁師さんで食べた生海老は絶品でした! 情報発信や企画を練る経験は貴重で、これまでにない出会いと経験がここにあります。

## 將「生産者」與「品嚐者」連結起來的相關業務

以下將介紹除了食通信外・其他相關業務服務。

### 與食通信有關的業務時間軸

- 2013.07 成立NPO東北開墾。「東北食通信」創刊。
- 2014.04 「四國食通信」創刊。開始全國發跡活動。
- 2014.04 成立一般社團法人食通信聯盟。
- 2014.09 第一回「聯盟營運會議」。後每三個月舉辦一次。
- 2014.12 食通信聯盟的加盟團體數突破10個
- 2015.07 網路媒體「食通信Times」上線
- 2016.03 食通信聯盟的加盟團體數突破30個
- 2016.09 開通網際服務「Pocket Marche」

## Pocket Marche

可直接從手機APP向農夫、漁夫購買當季食材。  
是能從APP及網路中體驗產地直銷樂趣的服務。

Pocket Marche是讓生產者可自行刊登商品・讓消費者直接進行購買的手機APP / 網路服務。為了促進更多生產者活用從食通信所習得的知識及資源網絡為根基，自2016年開始營運之促成自行發信、販售的平台。與黑貓宅急便合作以解決運送等物流面問題。一台手機在手便能輕鬆出貨。品嚐後再向生產者說聲「多謝招待」吧!不光是食物的傳遞・而是讓「生產者」與「品嚐者」都能享受相互交流的樂趣。

## 日本食通信Times / NIPPON TABERU TIMES

由現場的農夫、漁夫來執筆  
史上第一個食物新聞媒體

「食通信雖然有趣，但如果讓生產者自己發聲的話應該也很好玩。」日本食通信Times(簡稱為食T)，是將生產者發表在網頁或社群上的投稿訊息經整理後發表的彙整網站。負責營運工作的是由約20位學生所組成的編輯部，從旁協助150位以上的生產者發表只有第一線的農夫、漁夫才發表的出來、看得到的資訊。由Pocket Marche與日本食通信Times持續協助從各個食通信中被「發掘」出來的生產者，讓交流的循環不間斷。



## トピックス

食べる通信と関連事業の成長につれ、様々な出来事が起きています。海外展開や書籍の出版など、さらなる発展に向けた動きをご紹介します。



### ハーバードの学生たちと東北の生産現場へ

『東北食べる通信』の現場が、世界最高峰のMBA、ハーバード・ビジネス・スクールの学びの場になりました。2012年から続く東北でのフィールドスタディで5名を受け入れ、石巻と相馬の生産現場を訪れ、生産者の課題を解決する方法について提案いただきました。

### 高橋博之2冊目の著書好評につき増刷決定!

高橋博之著『都市と地方をかきまぜる「食べる通信」の奇蹟』(光文社新書)が2016年8月17日に発売されました。これからの農業・漁業、地域経済、消費のあり方、情報社会における生き方など多くの事例と共に書き下ろし。たくさんの方にサポートいただき、12月には増刷が決定しました。

『都市と地方をかきまぜる「食べる通信」の奇蹟』  
高橋博之著  
(光文社新書)



### ポケットマルシェの登録生産者数200名突破!

ポケットマルシェには、食べる通信で特集された生産者にとどまらず、全国から続々と出品を希望する生産者が集まっています。サービス開始からわずか4カ月で、登録生産者数200名を突破。まだまだ広がりが続いています。



### 日本食べるタイムスに160万円を超える寄付!

『日本食べるタイムス』はクラウドファンディングに挑戦し、総勢130名の方からご支援を頂きました。その額なんと1,616,000円。集まった資金を活かして、一次産業の世界がどれほど豊かで魅力にあふれているかを伝えていきます。引き続き応援をお願いします!

### 日本国内にとどまらずアジアにも広がる輪

高橋博之の著書『だから、ぼくは農家をスターにする』が翻訳出版された台湾から、「食べる通信」創刊希望の声が続々寄せられています。食べる通信リーグではこの動きを受け台湾向けwebサイトとFacebookページを開設。本格的に情報集約・発信を始めました。今後の展開にご期待ください。



### 受賞歴



『東北食べる通信』は、2014年グッドデザイン賞を受賞。



NPO法人東北開墾は、第3回日経ソーシャルイニシアティブ大賞クリエイティブ賞を受賞(2015年)。



日本食べる通信リーグ・NPO法人東北開墾は、第1回日本サービス大賞地方創生大臣賞を受賞(2016年)。

## 話題性

隨著食通信與相關業務的成長，也對周圍產生了許多影響。在此向大家介紹如進軍海外、書籍出版等食通信的後續延伸發展。

## 與哈佛大學的學生們一同前往東北地區生產地

「東北食通信」の生産現場，成為哈佛大學學生們學習的場域。自2012年起哈佛便會派遣5名學生於東北地區進行田野調查。學生會到石巻和相馬の生産現場進行訪問，並提出可解決生産者課題的解決方法。

## 高橋博之的第二本著作，廣受好評再版中!

由高橋博之所著「將都市與地方『伴』在一起-食通信的奇蹟」一書於2016年8月17日問世。是本針對未來的農業、漁業、地域經濟、消費型態、情報社會中的生存之道等，搭配眾多實際案例之好書。一出版便廣受各界好評，於12月決定加印再版。

## Pocket Marche的登録生産者數，已突破200名!

Pocket Marche上不僅有過去食通信介紹過的生产者，還陸續聚集了來自全國各地、希望在此出品販賣的其他生产者。自開始服務的四個月內，登録生産者人數已突破200人，且現在仍持續增加中。

## 日本食通信Times成功募資到超過160萬日圓的資金。

「日本食通信Times」在群眾募資活動中，從130位愛心人士手中募得總額1,616,000日圓的資金。所募得的資金會活用在將第一級產業的魅力傳播出去等業務上。還請各界人士繼續支持捐款。

## 不在國內就止步，聯結到亞洲地區的巨大圓環

在將高橋博之的著書「食鮮限時批-日本食通信挑戰全記錄」翻譯成中文版販售的台灣，陸續出現希望加入「食通信」創刊行列的聲音。為了回應這份熱情，日本食通信聯盟特別開設了台灣版網頁與facebook粉絲頁，並致力於情報收集、理念傳播等活動。未來會如何發展下去實在令人期待。

## 榮獲獎項

1. 「東北食通信」於2014年榮獲GOOD DESIGN AWARD金賞。
2. NPO法人東北開墾於2015年榮獲第三回日経SOCIAL INITIATIVE大賞創新獎。
3. 日本食通信聯盟與NPO法人東北開墾於2016年榮獲第一回日本SERVICE大賞地方創生大臣賞。

# 全国各地の「食べる通信」



## 編集後記

### 食べる通信リーグ事務局より

「日本食べる通信リーグ」事務局は現在、常勤スタッフ4名を中心に各地の編集部への創刊・運営支援、プラットフォーム構築とPRを行っています。「安い・便利・簡単」が当たり前に求められる時代に、天候や生産物の状況で配送が遅延することもあれば、届く食材は調理や下処理が必要。そんな一見不便ともいえるサービスを、決して安くはない価格で販売しています。なぜ我々はこの事業を続け、広げようとしているのか。リーグ発足から3年たち、「食べる通信」が起こした変化と目指すビジョンをまとめ、道標とすべくこの小冊子を制作しました。カネとモノの交換ではなく、人と人のつながり。それを食の現場で生み出す仲間が全国にいることを知ってもらえればと思います。

## 編集後記

### 來自食通信聯盟事務局の留言

現在の「日本食通信聯盟」事務局是由四名常勤工作人員協助各地編輯部的創刊・營運支援、系統平台建構與宣傳等業務。

在這個追求「便宜、方便、簡單」被視為理所當然的時代裡，如果因天候或食材狀況而延誤配送速度的話，就必須對食材進行調理或事前處理。這種乍看之下對生產者而言相當不便的服務，絕不會以便宜價格來進行販售。

為何我們會持續進行這樣的服務，並推廣其理念呢？自聯盟發起也過了三年的歲月，將由「食通信」所引起的變化與願景目標進行彙整，以設立路標的心情製作了這本小冊子。不是金錢與物品的交換，而是人與人的羈絆連結。希望能將這份理念，透過全國「食」的現場所產生的夥伴們傳遞出去。

### 花巻事務所



阿部正幸

渡辺瑛子

### 東京事務所



江守敦史

工藤明恵