

中山間地における地域活性化の提案と実践

田邊正ゼミナール

08M053	松原唯介	08M066	渡部耕士
08M054	八木雄大	08M006	稲井正人
08M063	渡辺翔太	08M034	東條昌美

目 次

1. 担い手育成プロジェクト(松原唯介、渡部耕士).....	II-440
1.1 日本の農業について.....	II-440
1.2 ニートの現状について.....	II-441
1.2.1 ニートについて.....	II-441
1.2.2 若者自立塾について.....	II-442
1.2.3 若者自立塾の具体的な内容について.....	II-443
1.3 担い手育成プロジェクトの提案.....	II-444
1.3.1 担い手育成プロジェクトの主旨.....	II-444
1.3.2 中山間地について.....	II-445
1.3.3 担い手育成プロジェクトの内容.....	II-445
1.4 まとめ.....	II-450
2. 七つの恵み・農作祭りプロジェクト(八木雄大、稲井正人、渡辺翔太、東條昌美).....	II-451
2.1. 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの主旨.....	II-451
2.1.1 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの主旨.....	II-451
2.1.2 中山間地の定義.....	II-451
2.1.3 七日町インターンシップの感想.....	II-452
2.1.4 新庄 100 円商店街.....	II-456
2.2 農作物の流通.....	II-458
2.2.1 農作物市場の変化.....	II-458
2.2.2 農業協同組合について.....	II-459
2.2.3 卸売市場について.....	II-461
2.2.4 野菜市場の仕組みについて.....	II-461
2.3 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの内容.....	II-462
2.3.1 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの提案.....	II-462
2.3.2 農家と提携について.....	II-462
2.3.3 七日町の魅力.....	II-463
2.3.4 野菜の具体的な販売方法.....	II-463
2.4 まとめ.....	II-466

1.担い手育成プロジェクト(松原唯介、渡部耕士)

1.1 日本の農業について

平成 20 年現在、日本の人口の 3%である 298 万人が農業を行っているが、そのうちの 140 万人もの人が 70 歳以上の高齢者となっており、農家の一戸あたりの農地面積は 1.8 ヘクタールほどである。これに対して、耕作放棄地となっているところは約 38 万ヘクタールほどにも上っている。また、2005 年度の国内総生産において農業の総生産が占める割合が 0.97%ほどである。

日本の農業は食料自給率が欧米諸国と比較して大変低く、約 40%の食料自給率である。近年では韓国も食料自給率が低くなっているが、それでも 50%以上の食料自給率である。日本の食料自給率を都道府県別で見た場合、平成 20 年度で最高が北海道の 211%であり、最低は東京の 1%である。ちなみに、これらの数字はカロリーベースによるものである。このカロリーベースの計算は諸外国では行っておらず日本独自のものである。日本以外の国の数値は農林水産省で計算しているようである。

収入の面で見ると、農家が何を作るのか、どのようにして売ることにより収入はまったく違うようであり、全体の平均を出すのは難しいようである。専業農家だけなのか、それとも兼業農家も含めるのか等によって全く異なる結果となるため、判断をより難しいものになっている。ただ、近年の傾向として、各農家で収入の差に大きく広がりが出ているようである。

農業には農業法人というものがある。これは企業的な経営を行うように組織化された農家のことであり近年増加傾向にある。また、この農業法人の経営の確立と発展を目的として、日本農業法人協会が全てを仕切っている。

農業には大別して会社法人と農事組合法人がある。会社法人とは株式会社、合同会社、合資会社、合名会社のことである。ただし、株式会社は株式公開会社ではなく、株式譲渡制限会社のことである。一方、農事組合法人とは農業関連の業務を営む農家しかできない組合のことであり、農業においてお互いを助け合い、共同で利益を得るための法人である。この他に、農地を利用するのかどうかによって農業生産法人と一般農業法人に分けられている。

農業法人として法人化するメリットとして、経営上のメリット、地域農業としてのメリット、制度面のメリットが挙げられる。第一に、経営上のメリットとして、家計と経営の分離による経営管理能力の向上、事務書評の義務化による対外への信用力の向上、幅広い人材確保による経営発展の可能性の拡大、社会・労働保険の適用や就業条件が明確になることによる福利厚生面の充実化、従業員などから後継者を確保できるようになり経営の継承を円滑化するというメリットがある。第二に、地域農業としてのメリットとして、新しく農業をする人の受け皿とできるというメリットがある。そして、第三に、制度面のメリットとして、節税、欠損金の 7 年間繰越控除、融資の限度額の拡大というメリットがある。

農業法人の数は平成 17 年時点では全体で 13,960 法人もある。形態としては、有限会社の形態が 9,344 法人と最も多く、合資・合名会社の形態が 72 法人と最も少ない。

現在農業が抱えている問題は大きく分けて食料自給率と後継者不足の二つがある。まず、食料自給率の問題とは、日本の食料自給率が 40%と低いことである。残りの 60%は海外からの輸入に頼っており、それによって輸出のための生産や輸送による世界の資源の消費や

環境への影響、さらに、相手の国の食料供給力に左右されてしまうという問題がある。また、世界貿易機構 WTO が農産物の貿易を自由化しようとしている。この貿易自由化のことを FTA とよぶ。この FTA が成立した場合、関税がなくなるため、食料自給率がさらに下がってしまうという懸念がある。仮に、アメリカ・EU・オーストラリアと FTA をした場合、食料自給率は 12%ほどにまで下がってしまうと予測されている。

次に、後継者不足の問題とは、先に述べたように、農業に従事している人の約半数ものひとが高齢者であることである。今のままでは将来的に農業をできる人が少なくなり、市場に供給することが難しくなってしまうという問題である。日本の農業は基本的に一戸あたりの面積が少なく、生産量に対しての農業従事者が多いことも食料自給率が下がってしまう要因のひとつのようである。

中山間地の農業について書いていくと、中山間地は日本の経営されている耕地面積の 4 割を占めているが、耕作放棄地となっているところが 2000 年時点で全国の 54.9%にまで上ってしまっており、また、集落内で農業を一括で管理や運営を行っているところは中山間地全体の一割強ほどでしかない。

農林水産省が行っている農業の経営政策の一つとして、農地保有合理化事業というものがある。この事業を行うために事業は農地保有合理化法人という法人を設立し、農業経営の規模拡大、農地の集団化、農地保有の合理化を促すために、規模を縮小したりやめていく農家などから農地を買ったり借り入れたりして、その農地を担い手となる農家に土地を売ったり貸付したりする事業である。農地を保有し、再分配することこそが、この法人の特徴である。また、この法人は全ての都道府県に存在する。

平成 19 年に、農地保有合理化法人が買い入れた面積は 8,946 ヘクタールになり、借り入れた面積は 15,334 ヘクタールである。一方、売り渡した面積は 7,228 ヘクタールであり、貸し付けた面積は 16,159 ヘクタールである

食糧自給率の低さについて上述したが、このように食料自給率の低さが問題視されているのは国や政府が有事のあった際に国民に食料が確保されるのかどうかを保障しないことが問題で、ただ食料自給率について叫べばよいということではないようである。また、今まで農業改革は農林水産省・農協・農家などの農業の関係者の視点でしか作られておらず、消費者の視点がないため、改革によって農業関係者が儲けているだけで、消費者が犠牲になっているという意見もある。

1.2 ニートの現状について

1.2.1 ニートについて

まず、ニートという単語は 1990 年代後半のイギリスで生まれた造語である。Not in Education Employment or Training の頭文字を採って NEET と称したといわれている。イギリスでは多なる労働政策上の分類でしかないのだが、日本でいうニートは日本独自のものとなっている。また、イギリスを含め諸外国ではニートという単語はほとんど使用されておらず、類似した分類が普及しているわけでもない。むしろ近年の欧米ではニートという用語は日本の若年層無業者をさす言葉として認知されているようである。

日本のニートの定義は、15 歳～34 歳までの者で、通学しておらず、独身であり、普段の収入がないうえで就職活動をしておらず、就職活動をする意思のない者のことである。

また、ニートのことを若年層無職者としていることも多い。ただし、この定義はまだ固定化されておらず、その時々により変わり、あいまいなところが多い。そのうえ、ニートの定義は厚生労働省と内閣府で定義が異なるため、その点においてもあいまいなのである。ちなみに、上述した定義は内閣府が公表しているものである。

ニートの人口は平成 19 年の調査時には全国で 63 万人もいるとされている。都道府県別でみると平成 17 年の結果において最も多いのは東京の 37,275 人であり、最も少ないのは鳥取県で 1,849 人であった。全国のニート比率は 1.22% であり、やはり東京など人口が多いところでは人数が多くなり、人口に対するニート比率も高いようである。ただし、ニートの基準がその時々で違うことなどもあり、人数はその時々で大きく違うこともあるようである。

ニートは実際のところ定義されている年齢外の人も少なくはない。それなのに年齢に制限があるのは若年者の就労問題等との整合性をつけたいためのようである。

現在ニートという言葉の世間的なマイナスイメージはマスコミやインターネットなどによって作られた部分が大きく、この世間的イメージでは否定的な、差別するような意味で使われてしまうことが多い。

ニートは分類しようとしても多様であり、決まった定義は無いようであるが、分類として、ヤンキー型、つまずき型、引きこもり型、立ちすくみ型と分類しているところが多い。ちなみに内閣府ではニートを非就職型、非希望型と分類しており、就職を希望しているのかどうかにより分けられている。〔図表 1〕に、ニートの分類を示すことにする。

〔図表 1〕

ヤンキー型	反社会的であり、「今が楽しければよい」という享乐的なタイプ。中卒や高校中退の人が多く。
つまずき型	いったん就職ができたがすぐに辞めてしまい、自信を失ったタイプ。次の職を探すのに躊躇してしまう。
引きこもり型	社会との関係が作れず、引きこもってしまうタイプ。コミュニケーションが苦手。
立ちすくみ型	就職を前にして行き詰まってしまうタイプ。大卒の人が多く。

非希望型の 8 割以上が中学卒・高校卒のようであり、ニートの 3 人に 1 人は働いた経験がないようである。ただし、近年は経験のある人が増えているようである。

ニートになってしまう原因としては社会の現状、親の育て方・接し方、本人の気持ち次第などさまざまな理由が挙げられているが、経緯は人それぞれなのであって、一概に言えることではない。

1.2.2 若者自立塾について

前述したように、ニートの問題は深刻である。そこで、このようなニートをいかにして就職に結びつけるかを支援している団体も多数存在している。その一つが若者自立塾である。そこで、若者自立塾について説明することにする。

若者自立塾とは、厚生労働省からの委託で財団法人日本生産性本部というところを本部

として、ニートの就職を支援していた助成事業のことである。なお、厚生労働省では推進するために塾を実施する者に奨励金の支給等を実施しており、塾の実施者は民間事業者等からも募集をしていた。また、参加者は三から六ヶ月の間合宿を行い、集団生活をしながら職場体験等を行い、生活訓練と職業体験をして就職を目指すものである。

個人的な意見ではあるが、この事業では就職を目指してはいたが、あくまでコミュニケーションなどのスキル習得だけであり就職自体の支援はあまり考えられていないように感じられる。それに、やはり三から六ヶ月というのは短いと感じられる。この期間の短さはやはり問題のひとつとなっていたようである。

2009年の事業仕分けにより若者自立塾自体は廃止となっているが、各組織が独自採算や地方公共団体からの助成を得る等をして同様の事業を継続しているところもある。代表的な若者自立塾は、〔図表 2〕のとおりである。

〔図表 2〕

北海道	有限会社青少年自立支援センター「ビバ」
宮城県	特定非営利活動法人くりこま高原・地球の暮らしと自然教育研究所
栃木県	財団法人ユースワーカー能力開発協会
千葉県	特定非営利活動法人ニュースタート事務局
千葉県	企業組合労協センター事業団
東京都	特定非営利活動法人青少年自立援助センター
東京都	特定非営利活動法人文化学習協同ネットワーク
神奈川県	特定非営利活動法人子どもと生活文化協会（CLCA）
神奈川県	株式会社 K2 インターナショナルジャパン
富山県	特定非営利活動法人教育研究所
富山県	特定非営利活動法人北陸青少年自立援助センター
長野県	特定非営利活動法人「侍学園スクオーラ・今人」
静岡県	人材サポート有限会社
愛知県	特定非営利活動法人 ICDS
大阪府	特定非営利活動法人おおさか若者就労支援機構
大阪府	特定非営利活動法人フェルマータ
奈良県	学校法人神須学園
広島県	社会福祉法人みどりの町
香川県	財団法人喝破道場
愛媛県	特定非営利活動法人 e ワーク愛媛
福岡県	学校法人久留米ゼミナール
福岡県	合資会社知心学舎倫理教育研究所
宮崎県	特定非営利活動法人フロンティア会(宮崎の若者自立塾『ふらっと』)
鹿児島県	特定非営利活動法人かごしま青少年自立センター

1.2.3 若者自立塾の具体的な内容について

こうべ若者自立塾では、兵庫県産業労働部等、若者、ニート支援ネットワークを生かして活動しているようである。宿舎は商業地に面したところにあり、部屋は全員一人部屋で十人を定員としている。研修はこの施設で行うのではなく、神戸市の青少年会館という場所で行い、この青少年会館の周辺の施設に大型商業施設や図書館などがあり便利な場所であるとアピールしている。期間は三ヶ月であり、途中から参加することも可能ではある。スケジュールは、〔図表 3〕のようになっている。

〔図表 3〕

	月～金	土・日
7:00	起床	
7:15	体操・商店街清掃/朝食準備(当番制)	
7:45	朝食	起床
8:30	自室の片付け・掃除・身支度・洗濯など	FREE イベント・ ボランティア体験など に自由参加
9:00	研修施設へ移動	
10:00	研修・訓練	
12:00	昼食(弁当・外食)	
13:00 ～ 16:30	研修・訓練	
17:00	寮に帰着	
18:00	夕食準備(当番制)・夕食	
20:00	自由時間 時々「だべり場」	
23:00	就寝	

スケジュールは平日にあり、土日には休みとなる。この土日の間は自宅に戻ってもよいようである。カリキュラムは一ヶ月ごとに分けられており、一ヶ月目は基礎段階、二ヶ月目は発展段階、三ヶ月目は最終段階としている。プログラム内容としては、生活訓練、野外活動、労働体験・職場見学、就労支援講座、レクリエーションと体力づくりと分けられている。さらに、保護者へのサポートということも支援している。

1.3 担い手育成プロジェクトの提案

1.3.1 担い手育成プロジェクトの主旨

ゼミナール活動の一環として、いかにして中山間地を活性化させれば良いのかを一年間で検討してきた。

農家の現状だが日本の人口の約 3%を占める 298 万人が農業に従事している。300 万人近くも農家がいるのなら、まだまだ大丈夫ではないかと思える数値だが、そのうちのほぼ半数の 140 万人が 70 歳以上の高齢者で占められている。このままでは二十年もしないうちに、日本の農業が破綻するのは目に見えており、早急に何らかの対策が必要であろう。

一方、若者の現状だが、2008 年時で全国のニートの人数は 64 万人であり、フリーター

の人数は 170 万人も存在しているという。超就職氷河期である昨今、就職できない若者はさらに増加していくことは予測ができる。

農家は後継者不足で悩まされており、それとは逆にニートやフリーターといった職を持たない若者たちは増加している。減少する農家の担い手、増加する職のない若者。それならば、ニートやフリーターたちを農家に従事させれば、それぞれ不足していることが満たされて丸く収まるのではなからうか。このようなことを踏まえ、担い手育成プロジェクトの提案はスタートすることとなった。

1.3.2 中山間地について

中山間地では農業をするにしても不利な面が多々ある。農地に傾斜があったり、大規模な耕作地が確保できない等の理由により大型の工作機械を導入することができないのだ。

そこで、実際に中山間地で行われている農業は大規模で産業的なものは少なく、小規模で自給自足的なものが多くを占めている。そして、その小規模な農家すらが減少し耕作放棄地がどんどん増えている状況である。

中山間地は人が山を手入れすることで昔から環境が保全されてきたという側面があり、耕作放棄地が増えると山が荒れてしまい環境破壊などにもつながる。それだけでなく人が手を入れない山は保水量が乏しくなり土砂崩れが起こりやすくなり非常に危険でもある。

このように中山間地域における次世代の農業の担い手の育成は私たちにとっても非常に重要な課題なのである。

1.3.3 担い手育成プロジェクトの内容

(1)担い手育成プロジェクトのターゲット

担い手育成プロジェクトのターゲットは関東圏のみに限定することにする。地域を限定した理由として、広く全国で担い手を募集した場合、宣伝広告にかかるコスト及びその管理関する手間が多くなってしまうためである。そして、関東圏を対象とした理由として、関東はニートの絶対数が多いため参加者の確保が容易であること、ニートを扶養する立場である親の平均年収が高いためこのプロジェクトに参加するための経済的障壁が低いことなどが挙げられる。

新潟県の若年層無業者が 5,973 人であるのに対し、関東では千葉県では 18,313 人、埼玉県では 21,980 人、神奈川県では 26,226 人、東京都では 37,275 人と圧倒的に関東圏のほうが若年層無職者は多く存在する。そのため、新潟県ではなく関東で募集した方が参加希望者が集まりやすいと考えられる。

また、新潟県の平均年収が 400.5 万円なのに対して千葉県では 483.7 万円、埼玉県では 473.5 万円、神奈川県では 554 万円、東京都では 599.7 万円である。新潟県と関東では平均年収に大きく開きがある。プロジェクトに参加する際、参加者にはいくらか費用負担してもらう必要があるが、その出費があるため参加にいくらか抵抗感を受けることが予想される。収入が多い世帯は可処分所得も大きいためその分出費に対する抵抗感が少ない。したがって、新潟県ではなく関東圏をターゲットにする方が効率的に募集ができると判断した。そこで、〔図表 4〕に関東と新潟県の若年無業者数と業者比率および平均年収、〔図表 5〕に関東と新潟県における若年層無業者数、若年無業者比率の比較、〔図表 6〕に関東と新潟県の平均年収の比較を示すことにした。

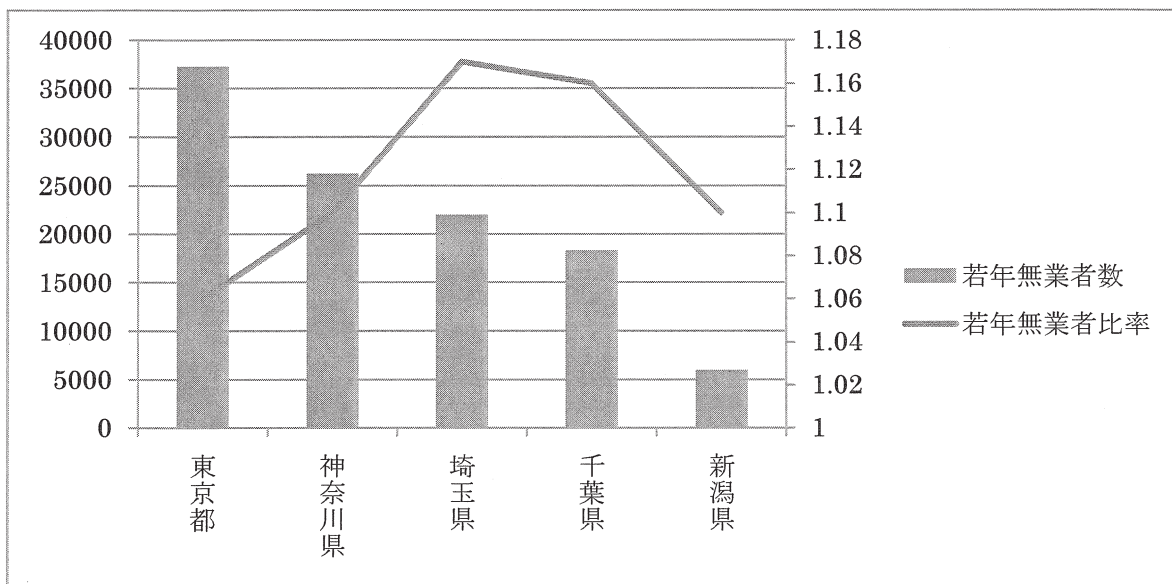
〔図表 4〕

関東と新潟県の若年無業者数と業者比率および平均年収

	若年無業者数	若年無業者比率	平均年収
東京都	37275	1.06	599.7
神奈川県	26226	1.1	554
埼玉県	21980	1.17	473.5
千葉県	18313	1.16	483.7
新潟県	5973	1.1	400.5

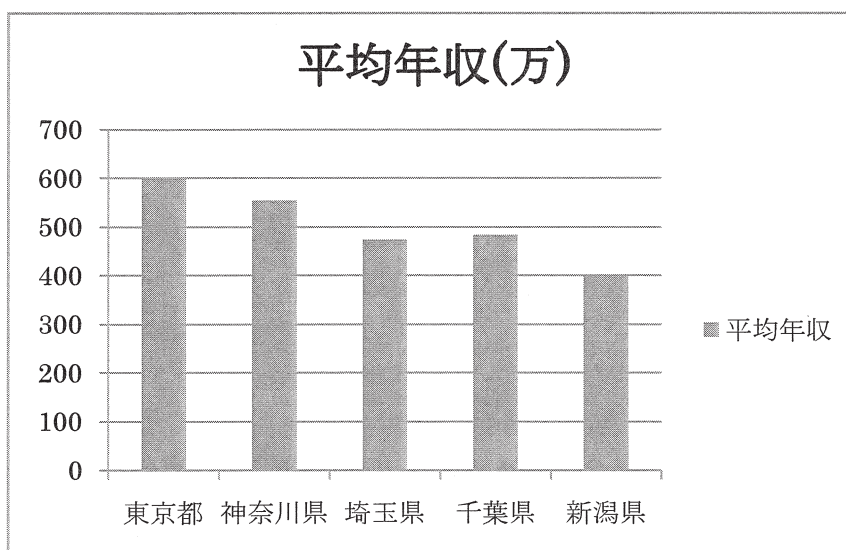
〔図表 5〕

関東と新潟県における若年層無業者数、若年無業者比率の比較



〔図表 6〕

関東と新潟県の平均年収の比較



(2)参加者の募集について

参加者の募集にあたって、担い手育成プロジェクトのウェブサイトを開設し、サイト上で告知をするなどの方法がある。しかし、単独では宣伝効果にも限界があるため、関東のニート支援系 NPO 団体に協力してもらい参加者を募集することとする。関東圏に存在するニート支援系の NPO 団体には以下のようなものがある。

- ① NPO 法人 次世代育成ネットワーク機構
- ② NPO 日本キャリアビジョン研究所
- ③ NPO ソル・ライフ・ネット
- ④ NPO 法人 「育て上げ」 ネット
- ⑤ NPO 法人 ニュースタート事務局
- ⑥ NPO 文化学習協同ネットワーク
- ⑦ NPO 法人 引きこもり親の会・全国 KHJ 西東京 萌の会

協力の方法として、ニート支援系 NPO 団体のウェブサイト上で担い手育成プロジェクトのことを告知してもらったり、このプロジェクトのウェブサイトとリンクしてもらうという紹介的な斡旋である。ニート支援系 NPO 団体の担当者から直接的にニート及び扶養者に対して、プロジェクトのことを紹介してもらうなどの方法がある。

また、ある程度知名度のあるニート支援 NPO 団体のウェブサイトとリンクすることによって、プロジェクトのウェブサイトのアクセス数がアップし、知名度の上昇および参加希望者の増加につながるが見込まれる。

(3)担い手育成プロジェクトの内容について

担い手育成プロジェクトの内容についてだが、新潟県長岡市七日町を対象として提案していくことにする。これはゼミナールの八木雄大、笠原浩、ホウブツヘイが、(財)山の暮らし再生機構が主催するインターンシップに参加したことがきっかけである。

前述したように、プロジェクトの参加者は、全く農業に触れたことのないニートやフリーターであるため、初期段階から本格的な農業を行わせた場合、耐えきれないおそれがある。そこで、段階的に作業量を増やし、農業の仕事に徐々に慣れていくという方法をとるべきである。したがって、プロジェクトでは、五段階にステップを分類し、参加者を少しずつ農業従事者としての担い手へ育成していく。

①第一段階

第一段階として、イベント的の催しを開催することで参加者を募集することにする。これは、参加者に中山間地及び農業の雰囲気などを体感してもらうことが狙いである。イベント的な催しは四月に実施し、内容としては五日間ほどの簡単な農作業の手伝いなどをしてもらい、七日町の雰囲気や農作業の流れなどを実際に体験し現場に馴染んでもらう。

滞在期間中、参加者のうち男性は公民館に集団で宿泊をし、女性は地域の農家に民泊するという形態をとる。食費や生活費については、参加者がある程度負担するというようにする。

②第二段階

第二段階として、一か月に五日ほど実施する農作業の手伝いである。内容は一日ごとに別のメニューを行い幅広い種類の農作業を経験できるようにする。これを五月から十一月まで実施する。農作業の内容は、参加者に合わせて簡単なものから徐々に本格的なものへ

とステップアップさせていく。農作業の手伝いは、地元農家の畑や田圃を手伝うことになるが、担い手を育成することをプロジェクトの目的としているため、将来的に農地を持つことも選択肢としてありうるのである。

③第三段階

第三段階として、十二月から翌年の三月までの冬季期間は農作業ができないと思われるので、農作業についての講義式の学習を実施していくものとする。外部から講師を招き、基礎的な農業の知識及び具体的な農業の手順や注意点などと農業の手伝いだけでは知ることのできない部分を体系的に学んでいく。これまでと同様に何日間か滞在し集中的に学習を実施することになる。

また、講義式の学習であるため、場所は参加者の自宅のある首都圏でも可能である。当然、そのほうが参加者の出費は抑えられることになる。しかし、あえて七日町で実施したいと考えている。理由として、参加者に七日町の冬の魅力と厳しさも知ってほしいからである。首都圏で開催した場合、日帰りや毎日通う形式の学習になってしまう関係で、モチベーションが保てず途中で出席しないようになる参加者が出てくるおそれがあるので避けたいと考える。

④第四段階

第四段階として、二年目の四月から十一月は基本的に農家に住み込みをして、月に一週間は実家に帰省するという流れで本格的な農作業を行っていくものとする。これによって、一年間の農作業の内容を把握できると予想される。

⑤第五段階

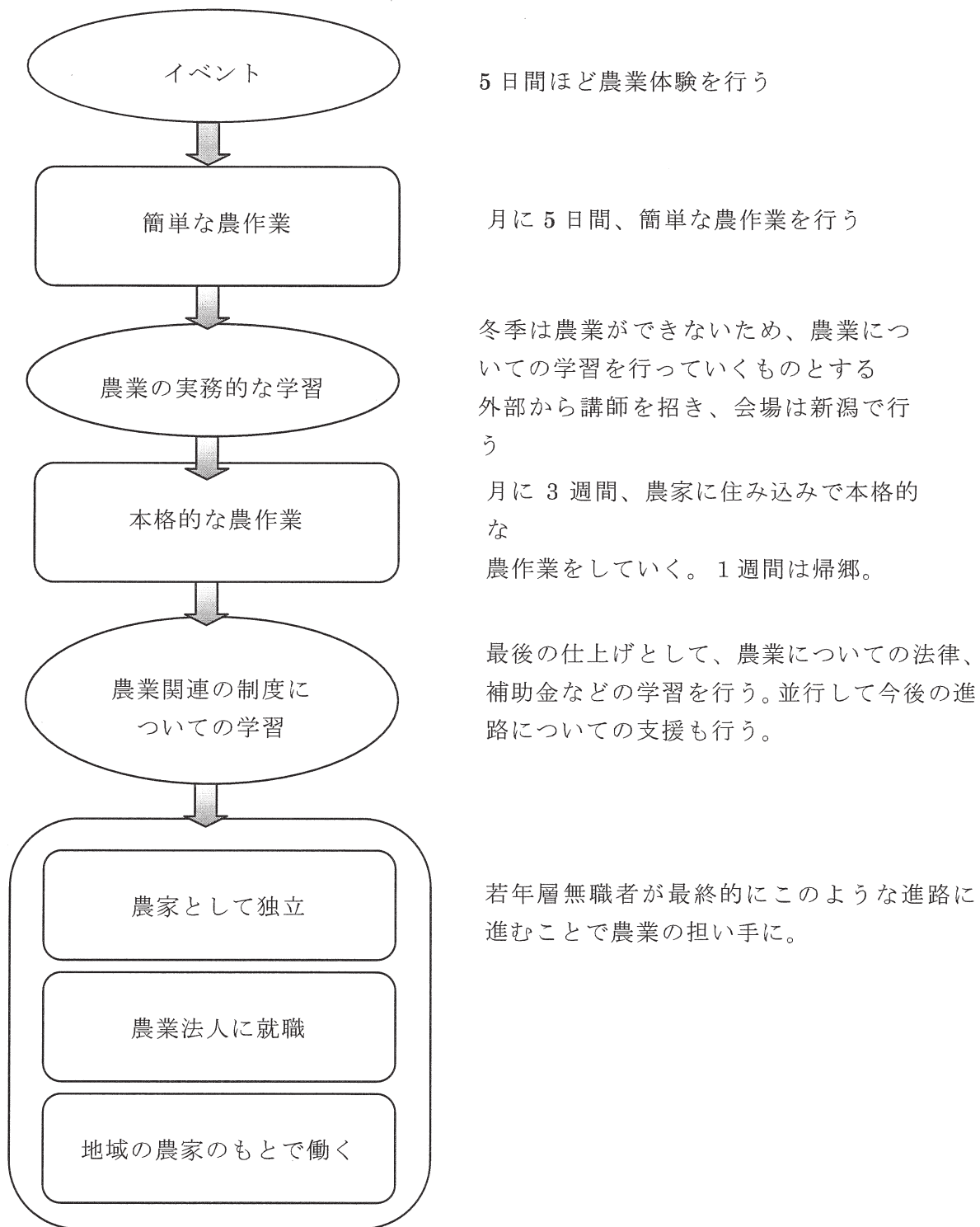
第五段階として、二年目の十二月からは首都圏で最後の仕上げともいえるべき農業に関する法律や補助金などの農家を生業としてやっていくにあたって、知っておくべき制度的なものの学習を行い並行して参加者の進路についての支援も行っていく。今回の学習を首都圏で行うのは、進路を決める活動には参加者の扶養者との話し合いも重要であるし首都圏の方が何かと情報が集めやすいという利点があるためである。

〔図表 7〕に、担い手育成プロジェクトの主旨、〔図表 8〕に、担い手育成プロジェクトの二年間の流れについて図示した。

(4)参加者の進路について

プロジェクトに最後まで出席すれば、ある程度の農業の知識はついたものと考えられる。しかし、途中で欠席するなどのよって挫折した者については、今後、農業を生業としてやっていくべきではない。そこで、最後まで出席した参加者の最終的な進路として、三つの選択肢を用意している。第一に、七日町から農地を貸すことによって、自ら農家として自立していくといものである。これは完全に農業を生業とするため、担い手育成プロジェクトの主旨からすれば理想である。ただし、農地をいかにして与えるかという問題も残る。第二に、農業を生業としたいが、農業で自立することには抵抗があるというものもあると思われる。この場合、農業法人を斡旋して就職させる。この場合、七日町に雇用できる余裕がある農業法人が存在すればよいが、なければ七日町以外の農業法人を斡旋する。第三に、まだ就職ということについては積極的になれないというものに対しては、農家に住み込みで働いていくなどの方向で支援を行っていくものとする。

〔図表 7〕



〔図表 8〕
スケジュール

1年目	4月	第一段階 5日間の農業体験イベント。
	5月	第二段階 月に5日間の簡単な農作業。 農業や新潟に親しみをもてるようにするとともに、 基本的な農作業を体験していく。
	6月	
	7月	
	8月	
	9月	
	10月	
	11月	
	12月	第三段階 農業についての実務的な学習。 開催する場所は新潟でおこなうものとする。
	1月	
	2月	
	3月	
2年目	4月	第四段階 月に3週間の本格的な農作業 農家に住み込みをして、月に一週間は帰省。
	5月	
	6月	
	7月	
	8月	
	9月	
	10月	
	11月	
	12月	第五段階 農業についての制度的な学習 および進路についての支援
	1月	
	2月	
	3月	

1.4 まとめ

担い手育成プロジェクトの概要は以上である。提案したこのプロジェクトは農家の現状と若者の現状について調べた資料をもとに作成した。どのような地域でもできる汎用的なものである。しかし、資料集めに偏重し七日町でのフィールドワークなどを行っていないため、七日町の現状や地元住民の声などが反映されていないのは問題点といえるだろう。

また、農業の担い手を育成していく取り組みは、このプロジェクト以外でも数多く行われているため、それらの取り組みとの差別化を図るための要因をこのプロジェクトに付加させていく必要であると考えられる。

来年度の活動としては七日町をはじめとした中山間地へ積極的に出向きフィールドワークや住民への聞き込みなどを行い、中山間地の特性や住民の希望などを取り入れて七日町でしかできない独自のより完成度の高いプロジェクトを提案できるようにしていきたい。

2.七つの恵み・農作祭りプロジェクト(八木雄大、稲井正人、渡辺翔太、東條昌美)

2.1.七つの恵み・農作祭りプロジェクトの主旨

2.1.1 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの主旨

後述するが、(財)山の暮らし再生機構が主催するインターンシップに、ゼミナールの学生の八木雄大、笠原浩、ホウブツヘイが参加した。その際のインターンシップ先が、新潟県長岡市小国町七日町だったのである。そこで、中山間地の現状を知ることとなった。まず、中山間地であるため、自然には恵まれており風景は美しい。食べ物は美味しいし、農作物も豊富である。しかし、町を見回しても閑散としており、若者がほとんど歩いていない状態である。これは、若者が進学又は就職などで町を離れてしまったことから、高齢者しかおらず、その方々が農業に携わっているのである。すなわち、中山間地がどこでも抱えている問題である過疎化である。

このインターンシップで参加者から七日町を活性化するためのアイデアを求められることとなった。しかし、この課題は、現在、ゼミナールで取組んでいる地域活性化プログラムの「中山間地における地域活性化の提案と実践」に重複するというので、持ち帰り再度ゼミナールで検討することとなった。

ゼミナールで検討した際、意見として出されたのが、七日町で作られている農産物を定期的に販売することによって、七日町を認知してもらおうという催しである。その際、集客を目的としているので、農産物はスーパーなどで販売されている価額よりもかなり低い価額で販売したいと考えた。また、催しだから名称も重要である。そこで、話し合った結果、「七つの恵み・農作祭り」と名称をつけた。

2.1.2 中山間地の定義

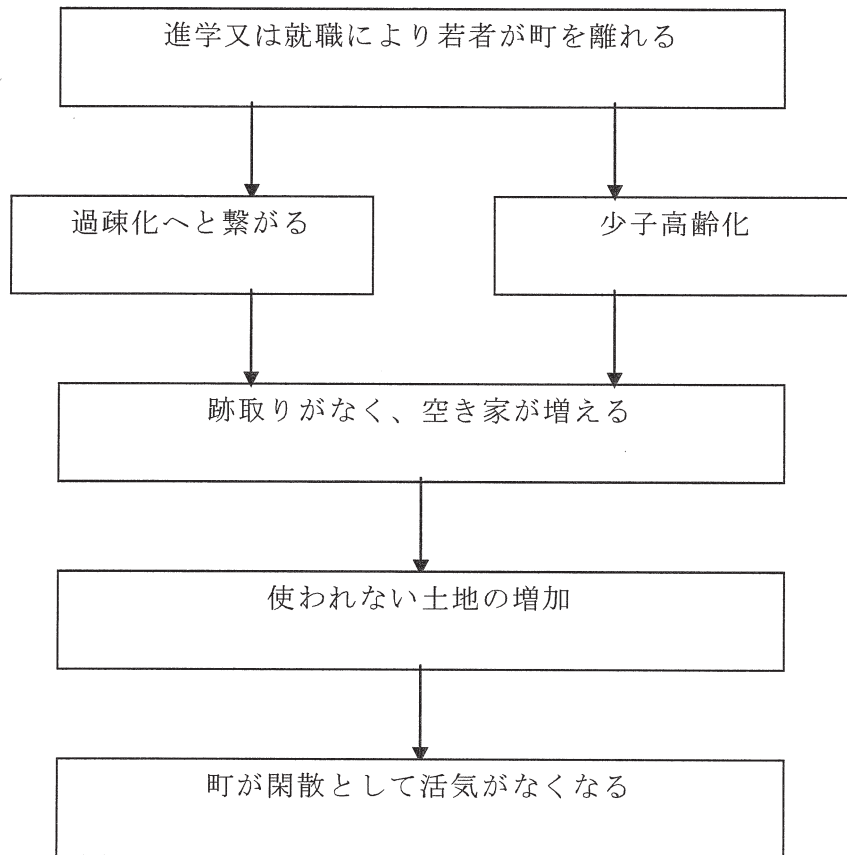
どのような場所を中山間地というのか一般に今一つ認識されず、漠然と人口が少ない農村地域であれば中山間地と思われている。しかし、農林水産省では中山間地について明確に定義している。下記のいずれかの条件を満たしていれば、過疎地域として中山間地と定義される。

- ① 人口減少率 25%以上である。
- ② 人口減少率 20%以上で 65 歳以上の人口比率 16%以上である。
- ③ 人口減少率 20%以上で 15 歳以上 30 歳未満人口比率 16%以下である。
- ④ 財政力指数 0.44 以下である。

他では中山間地域とは、都市部(都市的地域)や平地(都市部ではない平地農業地域)以外を示す専門用語で、都市や平地以外の中山間地地域と山間農業地域の総称であり、一般的には平坦な耕地が少なく、人口の密集も少ない山間部の農村地域であると示されている。これに加え、食料や農業、農村基本法にもとづいて山間地及びその周辺の地域とその他の地勢等の地理的条件が悪く、農業の生産条件が不利な地域とも定義されている。

そこから、中山間地が過疎化して閑散とする現状には、〔図表 9〕のような流れがあると考えられる。

〔図表 9〕



現在の中山間地の現状について、新潟県内でも全国的にも過疎化からくる市町村の高齢化が挙げられるようだ。インターンシップをさせて頂いた新潟県長岡市小国町七日町でも若者が進学や就職によって町を離れるといった状態が進んでいるようである。このようなことが過疎化に繋がり、使われない土地が増え、町に活気がなくなっていくようだ。その他、親族内では跡取りがいなくなってしまうため、必然的に空き家が多くなってきている現状もある。

このように、過疎化が進む中で特に若者が都会へ出て行ってしまいうという現状がある。その結果、中山間地に残されてしまうのは高齢者であり、高齢化も同時に進行してゆくのである。そうすると中山間地は急速に衰えてきてしまう。過疎化とは、急激に町や村の人口が減少し、社会機能の低下、住民が一定の生活水準を維持していくことが困難になってしまう状況を示す。同時に進行してしまう少子高齢化について、高齢化率が7%を超えた社会を高齡化社会とよび、14%を超えた社会を高齡社会とよぶ。中山間地の現状に関わらず、少子高齢化社会は若年労働力の不足など問題が採り上げられている。

若者が減った町は親族等、冠婚葬祭や跡取りがいなくなるという問題も増え、空き家、空き地、荒れ地が増え最終的に町は閑散としてしまう。そういった状況からは魅力というものを見出すことは難しくなってきてしまうのである。

2.1.3 七日町インターンシップの感想

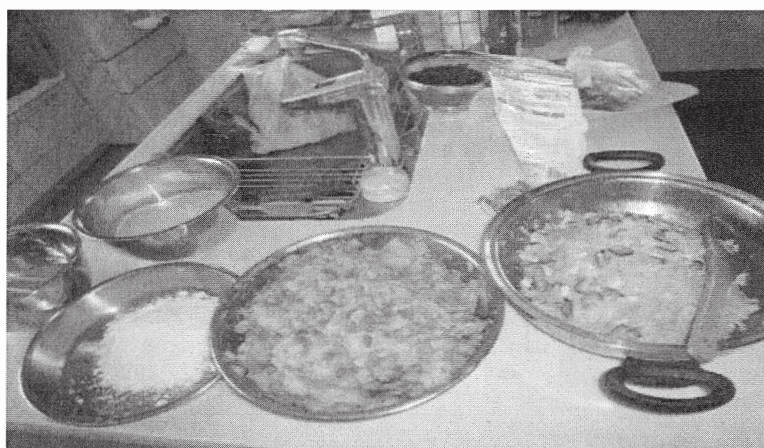
平成22年8月17日に、(財)山のくらし再生機構が主催する七日町インターンに参加し

てきた。三泊四日で七日町の現状を知り農作業を体験することが目的である。

一日目は、市民センターでガイダンスを受講し、その後、市民センターを出発して、昼ごろに七日町に到着した。民泊先は磯野さん宅であった。磯野さん宅は毎回インターンシップの宿泊先ということもあり、対応がとても丁寧で慣れていた。

初めにしたことは震災時(新潟県中越地震)の講話を聴くこととなった。写真を見せていただき、当時の恐怖が伝わってきた。平成18年10月23日だけでも震度5弱から6強の地震が九回もあったそうである。震度6強とは、人間は立っていることができずはわないと動くことができない。屋内の固定していない重い家具のほとんどが移動し転倒する。耐震性の高い住宅でも壁や柱が破損するそうである。新潟県中越地震を体験した磯野さんは「自分で自分の命を守るという大切さや防災グッズは、必ず用意して玄関などに置いておくこと。そして、近所の人たちといつも挨拶をして、声をかけ合って仲良く協力してほしい」と述べていた。

その後、夕飯作りのお手伝いをした。地元の食材を使ってコロッケを作った。普段、食べているジャガイモと違いコロッケにしても素材の味がしっかり残っていた。また、ケチャップやソースを使わなくても美味しく食べることができた。



二日目は、朝の5時30分に起きて町の散歩をしてみた。印象としては山しかなく再び人が戻ってくるのは難しいと感じた。しかし、都会の暮らしと違い森林浴など静かな環境になるため、リフレッシュ効果や規則正しい生活を送ることができると感じた。散歩しに出

かけた理由はもう一つある。それは天然水「諏訪清水」の採取である。七日町は雪が多く降る地域だが、この諏訪清水は冬でも凍ることなく出続けているそうである。また、早朝にも関わらず諏訪清水を汲みに来る方々が多くいた。味も普段、飲んでいる水道水と違いカルキがなく非常に飲みやすかった。冷蔵庫で冷やす必要がないくらい冷たく、目が一気に覚めた。そして、地元のラジオ体操に参加させてもらった。子供たちは遅刻もせず、しっかり時間通りに集合しており、驚いたのは都会の子供より自立していたことである。都会では、必ず大人がいて最後のスタンプも大人が押していた。しかし、七日町では上級生の子が指揮を取り下級生を動かしていた。

朝食をとった後、山歩きと町歩きに出かけることとなった。山の上には畑や特産のイチヨウの木が沢山あったが、若者が少ないため高齢者の方が山を登っているのを頻りに目にした。また、ここにも中越地震の影響があり崩れた斜面が残っていた。町歩きでは炎天下ということもあるが、昼過ぎでも町の人と会うことがなかった。町の人々は畑を所有しているため暑くなる昼間を避け、朝早く作業を行っているようである。そのため、昼間は休憩して夕方にも作業をするようである。目立った点は空き家である。若者が都会に出てしまい、高齢者の方の一人暮らしが多かった。高齢者の方が亡くなると家自体が壊され空き地になるそうである。このことを踏まえて、翌日に発表する町歩きのまとめマップを進ませつつ就寝した。



三日目は、ネギを植える農作業の手伝いをした。ネギの苗木を抜き、二つから三つに分けて、畑に植え直すことを繰り返す。畑は約 50 メートル近くもあり、気温 30 度以上の中、午前と午後に分けてひたすらネギを植えた。午前中に半分の 25 メートルを植え終わり、農家の方の話を聞きながら日陰で休憩した。「今までは、農業学校の学生たちがお手伝いに来たけど経済経営学科の学生が来たのは初めてだよ。」と言われた。また、農家の方は商品として野菜を作っているため、朝から夕方まで作業している。数時間の農作業でへとへとなのに、これを毎日続けると考えると野菜を作ることの大変さが理解できた。午後からネギを植える作業の続きをやった。暑さには慣れないが、植える作業は慣れてきたので午前よりは早く植えることができた。予定の時間に終わらせることができたときの達成感は今でも忘れられない。私たちの植えたネギは商品として来年の春に収穫され、販売されるそうである。また、普段食べている野菜がこんなにも大変な作業をして私たちの手元に届いていると知った。見るのとやるのでは、想像以上に辛いことが理解できた。



農作業の疲れが残っているが、まだ作業は残っていた。二日目に町歩きをした結果を発表するためにポスター作りをする作業があり、疲れていたが、なんとか完成させることができた。個人的に意見を出すことができなかつたが、四年生の先輩が上手くリードしてくれたおかげで、どうにか意見が言えるようになった。

発表会は町の人々が集まる中での発表で、予想以上に集まったことに驚き緊張した。発表中に声が小さくて聞こえないとの指摘を受けたぐらいである。厳しい指摘を受けた後、発表会を終え飲み会が始まり、町の過疎化や活性化させるにはどうすればいいかを問いかけてみた。やはり、高齢化が問題で若者が帰ってこないこと。また、十年計画なら、余っている土地に誰でも利用できる娯楽施設が欲しいという意見を聞くことができた。さすがに私たちの力だけで施設を建てることは難しいが、ほかにできることはないかと考えさせられた。

磯野さん宅に帰っても小夜子さんから厳しい指摘を受けた。もう少し内容をまとめたほうがよかったということや人の目を見て話したほうが伝わるなどの指導を受けた。

四日目は、最終日ということで磯野さんとお別れである。磯野武さんは、とても優しく、どんな小さいことでも気遣ってくれた。磯野小夜子さんは、厳しいけど的確なアドバイス

をくれ、発表会が終わったあとでも一人一人に良かった点と悪かった点を指摘してくれた。磯野さんには感謝の気持ちでいっぱいである。このインターンシップで自分自身を成長させることができた。この体験を通じて第二のふるさとにしたいと感じた。



次に栃尾のサマーセミナーに向けての作業である。サマーセミナーとは、各地区でインターン体験をしてきた学生同士が発表し合うセミナーである。やはりどの大学も苦勞したみたいであった。慣れない環境や作業、人との接し方など苦勞した部分はみんな同じであった。七日町インターン体験は三泊四日であったが、東京の大学は一か月の長期インターン体験をしたそうである。途中で帰ってしまう人や町の人とのトラブルもあり大変そうであった。

サマーセミナーが終了した後、インターン体験を支えてくださったスタッフとも話し合った。今回のインターン体験に参加してみての感想や総括、そして今後のインターン体験を行う上での意見を出し合った。多かった意見は、スケジュール通りに進まないことや時間の配分、事前に伝えておかないといけないことが上手く伝わってなかったことであった。これはインターン体験に参加する学生もスタッフも初めてだった人が多かったために生じた問題だと思われる。このことを次のインターン体験に活かすとスタッフ及び学生達で約束しインターン体験が終了した。

嫌々ながらのインターン体験も三泊四日を過ごしてみれば大切な思い出になっていた。ある意味、貴重な体験だったと思われる。初めは不安だったが、磯野さん夫婦の温か味にふれ、くじけそうになった時は檄をもらい助けてもらうことが多かった。実際に町を歩き散策することで情報だけでは見えてこない現状も知ることができた。農作業では野菜の大切さを学ぶことができ、普段食べている野菜がこんなにも苦勞して作られていたなんてこのインターン体験に参加しなければわからなかったと思われる。自分の手でネギを分け、植えることで少しではありますが農家の方の気持ちが理解できた。また、大勢の前で発表することはないので緊張したが、厳しい意見を受け止め四日目の発表では自分なりに活かすことができたと思っている。インターン体験に参加することで自分自身を見つめ直し、大きく成長することができた。

2.1.4 新庄 100 円商店街

七つの恵み・農作祭りプロジェクトと似たような計画として、山形県の新庄市で行われている新庄 100 円商店街がある。新庄 100 円商店街とは、「商店街の活性化は、地域住民の意識改革から」をキャッチフレーズに、アイデアから運用まで 100%住民の手によるオリジナル事業である。

郊外型量販店の出攻勢が厳しく消費者の足も郊外に流れてしまい、衰退をたどる商店街へ目を向けさせる事業を展開することで町の賑わいを求められた。そこで、中央商店街の各商店で 100 円商品販売計画を立てることによって、消費者の足を商店街へ向かせ、町の賑わいづくりにつなげようと考えたのである。また、あくまでも商店街に足を運ばせるきっかけづくりとして、100 円商店街という事業を通じて各商店の意識改革を目指すことを目的としている。

事業背景として、商店街の活性化に特効薬はないと言われ続けている。未だに行政の行う活性化事業というと、空き店舗に公的資金を注ぎ込んで、一時しのぎの賑わいを作り出すだけか、または単なる客寄せイベントでお茶を濁すかで、補助金が底をつけば、あとはきれいに元通りということが多いとの批判がある。すなわち、地価及びテナント料金の下落、税金の無駄使いなのである。そこで、地元の NPO 団体が考案したのが新庄 100 円商店街であった。現在では各商店とも順調に新規顧客を確保しており、県内外からの視察団体も後を絶たない状況になっている。

事業概要は、商店街全体を一店の 100 円ショップに見立て、すべての店の店頭で 100 円コーナーを設置する。会計は店内のレジで行うため、買い物客は気づかないうちに店内に誘導される形で足を踏み入れ、今までに入らなかった店内の様子を知ることになった。各商店は専門店だからこそできる在庫処分も可能となり、100 円ショップでは陳列不可能なレベルの掘り出し物が連なる。

事業の特徴と効果として五つのメリットがある。一つ目は、イベントと商店の商売が直結であることである。今までのイベントでは商店街の一点にしか集客することができず、客を引き込むには営業努力にかかっていた。しかし 100 円ショップの場合、客は無意識のうちに店内まで足を踏み入れるようになっている。つまり商店街全体というよりすべての店が会場と言える事業であり、回遊性も非常に高くなる。

二つ目は、町を歩行者天国にしないということである。歩行者天国にしてしまうと、せっかく集まった客が道路の中央に固まってしまい、個店との間に空間が生じてしまうことになる。歩行者天国にしないことで、客と個店の間を縮めることができさらに狭い範囲に集客することであえて人混みをつくり、集客効果を増幅させている。

三つ目は、調査と進展のフル活用である。今までのイベントでは、多くの費用と労力を投下すれば、それに比例して結果を見ずに自己満足に走る傾向があった。本当の目的を明確に追求して、常に客と参加店の両面から意識調査を行い、結果を次回へとフィードバックするシステムを活用している。

四つ目は、優れた費用対効果である。通常一万人以上を集客するイベントという必要経費は膨大な額に上る。これに対してチラシの原稿も手作り、印刷も印刷機でスタッフが直接行う等と費用を徹底的に排除した結果、一回の開催当たりの経費を約十万円まで削減することに成功している。これによって補助金は一切使用していないそうである。しかし、労力の増加は避けられず、人件費への支出を計算していない非営利組織特有の手法になっ

ている。

五つ目は、組織強化である。今までの中心商店街活性化事業という行政や商店街組織の一部の役員だけがアクションを起こしていて、その他の大部分がただ乗り状態だった。しかし、100円商店街を開催する場合には、商店街加盟店のうち90%以上の参加が絶対条件になっている。その結果、集客力はさらに向上し、すべてのお店を主催者として機能させることができた。これによって、やってもらうという事業形態から、自ら作り出すという事業形態へ移行することになり、商店街の意識改革を行っていくための土壌造りになっている。

2.2 農作物の流通

2.2.1 農作物市場の変化

近年、農業への関心が高まっているが日本の農業は深刻な状況である。農業従事者の減少と高齢化、農地の減少、耕作放棄地の増加などの問題が数多い。また、和食ではなく洋食を食べる食生活の変化、グローバル化による農産物の輸入に伴う競争力の低下などの問題もある。

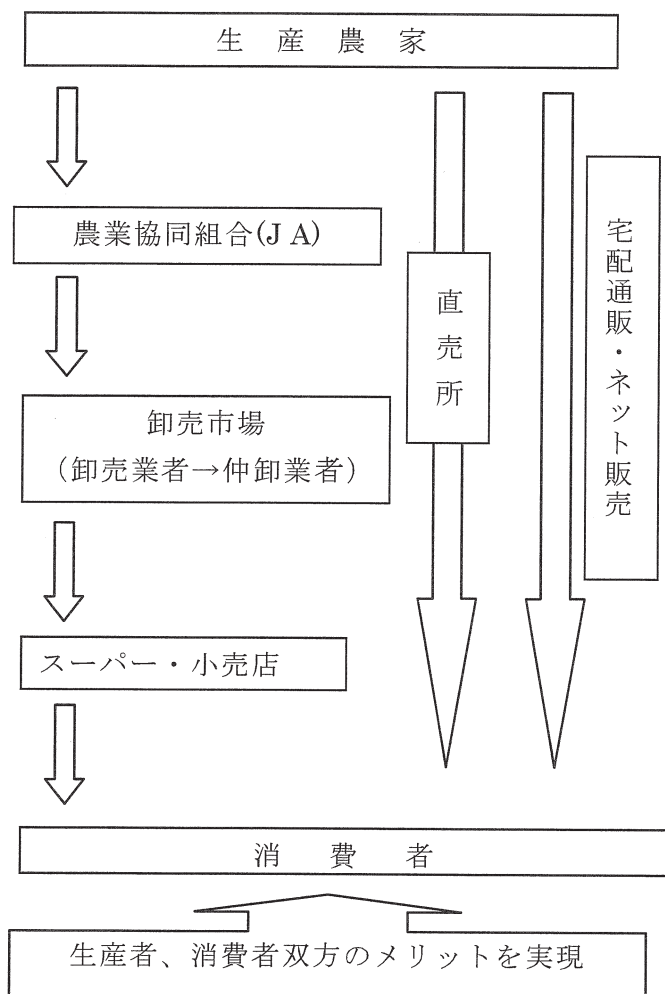
農林水産省が発表した「平成21年農業構造動態調査」によれば、2009年2月1日現在の農業就業者は約290万人で、そのうち65歳以上が約178万人と約61%を占めている。農業就業者がピークにあった1960年が約1450万人だったのと比べるとほぼ五分の一にまで減っている。2004年には約360万人だったのが、五年で70万人余り減少した。このように農業人口の減少および高齢化は長期的な傾向がある。2015年には146万人まで減少すると予測されている。しかし、最近は農業ブームもあり、新規農業者の数が少しずつ増えているため上向きになってきた。これからの農業を支えていくには農業が不十分である。今後は人材育成策の充実を図るとともに、農業経営の安定化や就農を魅力ある職業選択肢の一つとして望まれる。

野菜の栽培は、ベランダや家庭菜園でも行えることもあり非常に身近な農業である。現在は消費者のニーズの多様化から様々な種類の野菜が栽培されるようになって地域の特性の応じた野菜作りが進められている。しかし、グローバル化の問題が深刻だ。輸入量は長期的に増加傾向である。特に中国産の安い輸入野菜が増加しているため野菜農家の経営や生産意欲に影響を及ぼしている。グローバル化に対応するために野菜産地では構造改革や体制強化策などの対策がある。消費者のニーズに応え低コスト化や高付加価値化のモデルがある。低コスト化とは、輸入野菜に対抗するために生産、流通コストの三割程度の削減を目標として取り組むこと、高付加価値化とは、地域特産品種、有機野菜など品質、機能性、安心で安全、鮮度などの点から差別化、高付加価値化した野菜を提供すること、これらのモデルによってグローバル化に歯止めをかけると予測される。

これまで、農産物の流通はJAを通じて卸売市場を経由してスーパーや青果店などの小売業から消費者の手元へ届くというルートが一般的であった。そして、卸売市場が農産物の流通で大きな役割を果たしてきた。しかし、最近、卸売市場を通じたルートの比率が低下してきている。流通ルートが多様化してJAや生産者グループが作る直販店などが増えてきたこともあり、生産者と消費者が直結するようになった。また、外食産業やスーパーなどでも直接産地と取引契約を結ぶなど新たな流通ルートが増えた。この直接取引を行う

ことで消費者が産地で取れた新鮮な野菜を手に入れることができる。生産者の名前や顔写真が入ったものがあり、消費者の安心と安全志向にもマッチした流通形態ができてきた。さらに、インターネットを使ったネット販売も注目される。また、保冷システムの整った宅急便による宅急通販が普及し始め、消費者と生産者の距離を縮め新たな流通ルートがある。ネット販売はブランド農産物や無農薬有機野菜を取り扱うところも多く、安心して安全な商品を欲しがる消費者に受け入れられ売上を伸ばしている。今後は生産者と消費者をダイレクトに結ぶ流通ルートが拡大する。〔図表 11〕に、農産物の主な流通ルートを図示することにする。

〔図表 11〕



2.2.2 農業協同組合について

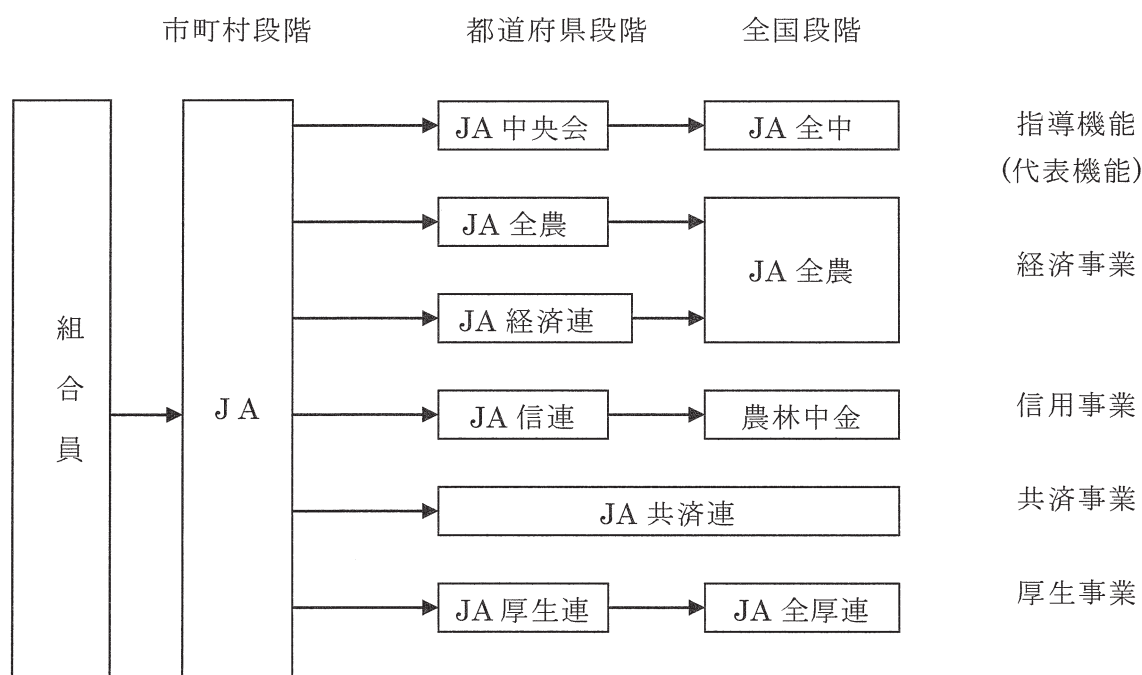
農業協同組合の英語表示 Japan Agricultural Co-operatives から略して一般に JA とよばれている。1922年4月から CI 活動として、JA マークを農協の呼称として統一された。JA の目的は、人々が連帯して助け合う相互扶助の精神のもとで、組合員農家の農業経営と生活を守り、よりよい地域社会を築くことを目的として設立された。平成 23 年 1 月現在の全国の JA 数は 716 である。

JA の行う事業について

JA の主要な事業は三つある。これを農協三事業とよんでいる。農協三事業とは、経済事業、信用事業、共済事業のことである。経済事業とは、組合員が生産した農作物の販売、農業の生産に必要な肥料、農薬、農業機械、生活に必要な食料品などの供給などを行う事業である。信用事業とは、一般に JA バンクと呼ばれている。JA バンクでは、営農指導の他に、貯金、貸付、証券業、農業融資などを行う事業である。共済事業とは、一般に JA 共済という通称で知られるものであり、組合内での共済加入の取りまとめを行う。その他には、冠婚葬祭や郵便窓口業務の委託などを行う事業であり、組合員の生活のあらゆる場面に密着した組織となっている。

JA は、各地域の組合から全国組織まで巨大なグループを形成している。一般に JA として知られているのは総合 JA(信用事業、共済事業、農業関連事業、生活その他を行う JA)と専門 JA(畜産や園芸、養蚕などに関する事業を専門的に行う JA)である。そして、事業ごとに都道府県段階、全国段階の組織が存在する。〔図表 12〕に、JA の組織について図示してみた。

〔図表 12〕



指導事業では、全国農業協同組合中央会(JA 全中)が JA の指導、監査、教育、農政活動、広報活動などを行っており、都道府県ごとに都道府県農業協同組合中央会 (JA 中央会)が存在する。

経済事業では、1972 年 3 月に、全国組織である全国農業協同組合連合会(JA 全農)が設立された。JA 全農では、会員が協同して事業の振興を図り、その構成員である組合員の農業の生産能率を上げ、経済状態を改善し、社会的地位を高めるのに寄与することを目標としている。現在、十一の県に経済農業協同組合連合会(JA 経済連)があるが、多くは JA 全農や県単一 JA への統合が進んでいる。

信用事業では、農林中央金庫(農林中金)が全国組織の運用機関であり、都道府県レベルでは、信用農業協同組合連合会(JA 信連)がある。

共済事業では、全国共済農業協同組合連合会(JA 共済連)が担っており、共済事業以外にも厚生事業、出版・文化事業、旅行事業、新聞情報事業などの事業を全国および都道府県レベルで取りまとめている。

JA では、事業を効果的に展開するため、都道府県段階に連合会及び中央会があり、中央段階にも全国連がある。現在、JA 改革にともなう組織整備が行われており、都道府県 JA 連合会と JA 全国連の統合が進めており、統合後には都道府県本部を置く予定である。

2.2.3 卸売市場について

卸売市場は水産物・青果物・食肉・花などの生鮮食料品等の販売を行うための市場である。そして、卸売市場は中央卸市場、地方卸売市場、その他の市場と三つに分類される。中央卸市場とは、都道府県又は人口二十万人以上の市に加入する一部の事務組合もしくは広域連合が、農林水産大臣の許可を受けることによって開設することができる卸売市場のことである。一方、仲卸業者や関連事業者は開設者である中央卸売市場の許可が必要となる。

地方卸売市場とは、中央卸市場以外の卸売市場であり、卸売市場の面積が一定規模以上(青果市場は 330 m²、水産市場 200 m²、食肉市場は 150 m²、花き市場は 200 m²)のものについて、都道府県知事の許可を受けることによって開設することができる卸売市場のことである。

その他の市場とは、中央卸市場及び地方卸売市場以外の卸売市場のことをいい、卸売市場法には規定はないが、条例などによって規制されている。

2.2.4 野菜市場の仕組みについて

野菜市場の仕組みとして、私たちが普段購入している野菜は直接販売やインターネット通販を別にすれば、次のような流れで食卓にあがることになる。生産者から有機栽培、減農薬、無農薬栽培など心をこめて作った野菜や果実を農協や出荷団体及び卸売市場に出荷することになる。出荷するにあたって、農協、出荷団体、出荷業者は生産者から集められた野菜や果実などを等階級ごとに分けて中央卸売市場へ出荷する。

ここでいう等階級とは、野菜の等階級であり野菜は品質の良いものから、A、B、C のランクに品質を選別する。また、大きいものから、2L、L、M、S と大きさの選別を行う。

中央卸売市場に出荷された野菜や果実などは、一品ごとにせり売りや相対売りにかけられて仲卸業者や売買参加者へ販売されることになる。

せり売りとは、卸売業者が品物を販売する方法の一つであり、買受人(開設者の承認を受け、卸売業者の行うせり売り又は相対売りに参加することができる資格を持っている人)のなかでその品物の買受希望者をお互いに競争させて、最高値を付けた人がせり落とし人となり購入者となり売られる方法である。

相対売りとは卸売業者が販売する品物をあらかじめ販売予定価格を設定することなく、また買い手を競争させることもなく、買い手との協議によって卸売価格、数量、その他の条件などを決定する販売方法のことである。

仲卸業者とは、小売業者、スーパーマーケットの注文に応じ、卸売業者から、競売、相対売で青果物を購入し、小売業者、スーパーマーケットに販売する者である。ちなみに、仲卸業者になるには市長の許可が必要となる。

売買参加者とは、小売店及び加工業者などのうち卸売業者との取引に参加する資格を持っている者で卸売業者又は仲卸業者から直接生鮮食料品等を仕入れ、消費者に販売したり、加工食品などを製造する者である。ちなみに、売買参加者になるには市長の承認が必要となる。

最終的に、仲卸業者や売買参加者が購入した野菜を小売店などに搬出して、小売店が野菜や果実を消費者が買い求めやすい大きさや個数に分けて消費者に販売することになる。

2.3 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの内容

2.3.1 七つの恵み・農作祭りプロジェクトの提案

前述したように、中山間地とはどのような場所なのかを知るために、(財)山の暮らし再生機構が主催するインターンシップに参加した。そこで、民泊することになった場所が、新潟県長岡市小国町七日町だったのである。このことから、七日町に限定して中山間地の地域活性化の計画を検討していくことになった。

まず、七日町の特産品について調査をした結果、銀杏が特産品の一つであるということがわかり、この銀杏を利用して何か新しい商品を製造できないかと考えた。しかし、銀杏を食過ぎると身体に害があるということから銀杏を利用することは難しいものではないかという考えに至った。

次に、B級グルメを七日町で作ることはできないかという意見があがった。一つ目は、七日町の豊富な山菜を利用してパスタに山菜を練り込んだ山菜パスタを作ろうという提案があつたが、あまりにもありきたりなため、この提案は没となった。二つ目は、米粉を利用したお好み焼きやたこ焼きを提案したが、現在のブームで既に商品化されていることから七日町のご当地B級グルメにはなりえないという結論に至った。三つ目は新潟県の特産品である笹団子を改良して新感覚の笹団子を作り上げようと提案してみた。これは、中身の具を色々な物に変えることによって、今までの笹団子とまったく異なる笹団子を作ってみようと考えた。例えば、銀杏、キムチ、カレー、きんぴらごぼう、ザーサイ、いちご、りんご、チョコレート、ジャムなどを具にして新感覚の笹団子を作るということになった。

そこから資料集めなどをし、この提案を進行させようとした時に、上述したインターンシップの参加の誘いがあり、このインターンシップの参加によって、実際に中山間地に足を運んでみて中山間地の状況を知ったら、ありきたりの商品開発では中山間地の地域活性化にはならないのではと考え始めた。

そこで、商品開発ではなく、他に私たち若い学生の労力を活用した新しい提案がないかと再検討してみた。七日町には、市場に流通しない野菜が大量に余っており、近隣の人々に無料で渡しているような状況で、さらに廃棄している野菜も大量にあった。このようなことを知ってから、これらの野菜を利用できないかと考え、定期的に安価で販売する七つの恵み・豊作祭りを提案した。七つの恵み・豊作祭りの詳細については後述する。この七つの恵み・豊作祭りの名前の由来は、七日町の「七」をとって「七つの恵み」と名付けた。

2.3.2 農家と提携について

まず、野菜を低価格で販売するので、七日町に足を運んで、余っている野菜を提供して頂ける農家の方を探さなければならない。その術として、下記のことを考えている。

① 野菜を集める場所を設ける。

- ② 広報に宣伝をしてもらう。
- ③ 一件一件にチラシを配布する。

野菜を集める場所は、ある程度広い場所でなければならない。したがって、七日町の公民館や担い手センターを考えている。また、地元の組合や自治会、農業組合にアプローチをかけることも必要である。日時を指定し余っている野菜を持ってきてもらわなければならない。そのために、七つの恵み・農作祭りプロジェクトを知ってもらう必要がある。広報で宣伝しても必ずしも来てくれるとは限らない。そこで、一件一件農家のお宅を訪ねるということを考えている。まず、チラシの内容としては、余っている野菜の提供のお願いと協力してもらえるか否かのアンケートを記載する。各農家のお宅に配り終えたら、ある一定期間を設け、そのアンケートを回収することになる。

ただし、私達の方ではどうしようもないということが必ず生じてくるのが予想される。このように困った場合、(財)山の暮らし再生機構に力を借りることも考えている。(財)山の暮らし再生機構とは、原則的に個々の事業を実施する為の主体ではなく、産学公民などの分野の「人と情報が会おうプラットフォーム」を特徴とした中間支援組織である。中山間地に詳しく、町内の方々との面識があり、七日町を知るためのきっかけであるインターンシップの斡旋をして下さったので、お力を貸して頂きたいと考えた。また、七日町に回覧板があれば、一緒に載せて頂くことも考えている。地元の小学校に行き、チラシを子供に渡す方法も考えたが、子供に渡したからといって親に渡してくれる保証もないし、子供人数も少ないため断念した。

2.3.3 七日町の魅力

中山間地すべてに言えることだが、都会と違い美味しい水があり、空気が綺麗であることは第一に言える。都市部では、生活排水などの洗剤などに含まれる化学物質によって川は綺麗だとは決していえない。また、自動車が増えたことによって、排気ガスも増え、空気も美味しくはない。産業が拡大することによって水質汚染や大気汚染が深刻化してきている。これらのことが原因で、現在では環境に興味をもつ人々が増えてきたのである。

一方、中山間地では、豊富な山の森林から湧き出た自然水がそのまま流れ込む源流を水源としている。都市部とは違いミネラルが豊富な美味しい水が地元で味わえる。また、走っている自動車も少なく森林が沢山あるため、都会とは自然という面で環境が全く異なってくる。ネットなどで調べてみると、実際に中山間地で生活を始めたことで、喘息やアレルギーが治ったという方が多くいる。

したがって、一番の醍醐味は何といっても自然だと思われる。例えば、山登りをしたり、山菜の採取、川では泳いだり、魚釣りをすることができる。このようなことは都市部では、まずできない。また、中山間地で暮らすことで、広い土地を確保することが可能となる。自分の庭で無農薬野菜を作ってガーデニングを楽しむことも可能である。

しかし、一日でデメリットもある。移動が不便であり、都会とは違って一日に一本や二本のバスしか運行していない場所が多い。だからといって、いちいちタクシーを呼ぶわけにもいかない。また、病院、学校などの公共施設も近所にあるわけではない。ただし、現在では自家用車を所有している人がほとんどであるため、これらのデメリットは大方解消される。

2.3.4 野菜の具体的な販売方法

(1)出店の準備

提供された野菜は、長岡駅近辺で販売しようと考えている。長岡駅は人通りも多く、そこで七日町の野菜を販売すれば、全面的に七日町をPRすることでき、そのことで七日町を認知してもらえらる機会が出てくると思ったからである。

出店するにあたって、様々な準備が必要になってくる。当然、七日町の方々にはプロジェクトを認知してもらわなければならないし、同様に、長岡市の方々にもプロジェクトを知ってもらうために告知しなければならない。したがって、長岡市で告知する方法として、下記の方法があげられる。

- ① 長岡駅内外でのチラシを配布する。
- ② 長岡駅内外にポスターを貼る。
- ③ 市政便りに記載してもらう。
- ④ 無料掲示板にポスターを貼る。

上記の方法で、長岡市の方々のも告知できればと考えている。しかし、長岡駅内にポスターを貼ることは有料であるため、プロジェクトの収益で資金が集まり、余裕ができればポスターを貼ることも行いたい。ちなみに、長岡駅の掲示板の許可について調べたので、〔図表 13〕に示しておくことにする。

〔図表 13〕

長岡駅の掲示板の許可

設置場所	長岡駅東口連絡通路、長岡駅大手口駅前広場地下道、宮内駅連絡通路
利用方法	ポスターを掲示する場合は、掲示するポスターを持参して市役所本庁舎3階の道路管理課で許可が必要となる。ポスターは全て掲示できるわけではない。まず、入場が無料(国、県、市が主催または主催または共催する場合を除く)であり開催会場が長岡市内であること。主催者側が政治的または宗教的団体ではないこと。事業、催し等の内容が政治的または宗教的内容を含んでないこととする。
注意点	掲示期間は、最長で1ヵ月まで。期間の延長はできない。長岡駅周辺の掲示板は混み合うため、利用は東口連絡通路、大手口地下道のいずれか1ヶ所のみ可能。掲示を許可する場合、掲示期間を記した提出許可書(シール)が必要となる。提出許可書を貼付されていないポスターは掲示することができない。また掲示期間が終了したポスターは、掲示者が責任を持って撤去しなければならない。
相談窓口	土木部道路管理課設置係 TEL(0258)－39－2232 FAX(0258)－39－2273 メール doukan@city.nagaoka.lg.jp 長岡市役所 TEL0258－35－1122 FAX0258－39－2275

前述したように、野菜を単に販売するのではなく、七日町の野菜であることを証明して販売しなければならない。野菜を提供していただいた農家の方々の写真を貼って販売することを検討したが、写真を載せる許可が必要ということと善意で提供していただいているため、通常の市場販路で販売されている野菜との棲み分けがなくなってしまうという問題が生じてくる。そのため、写真を貼って販売ということは困難と判断した。

そこで、七日町伝統の和紙を使ってラベルを作ることを考えた。例えば、小国和紙などでラベルを製造し、袋に貼っておけば、知名度も高いため、良い PR 効果があるのではと思ったが、コストの面での問題が生じてしまう。したがって、ラベルも難しい。しかし、小国和紙を使用した七日町の垂幕を作成することは可能と考えられる。

(2) 価格設定

そして、野菜の価格設定についてだが、スーパーの半額以下の価格を考えている。アドバイザーの方に、通常のスーパーと同様の価格設定はできないかと質問されたが、農家の方々から提供された野菜であるため、一般の市場で販売されているものとは異なり、形や大きさなどに若干の問題があると思われるのでスーパーと同様の価格設定は難しい。したがって、プロジェクトの狙いは、七日町の野菜のブランド化ではなく、七日町を認知してもらうための PR である。そのため、集客効果を図れば、できるだけ野菜の価格設定は低くしたほうがよいと考えられる。

(3) 販売場所について

七つの恵み・農作祭りプロジェクトをどこで出店するかという問題が生じてくる。ある程度、集客力がある場所でなければならない。直営店を出店するというのが、本来一番てっとり早いのだが、学生の提案したプロジェクトであるため、直営店を出店するほどの資金はない。そこで、下記の場所を候補として提案してみた。

- ① 長岡駅東口バス停前
- ② 長岡駅大手口噴水前
- ③ イトーヨーカー堂前
- ④ 長岡駅改札口前

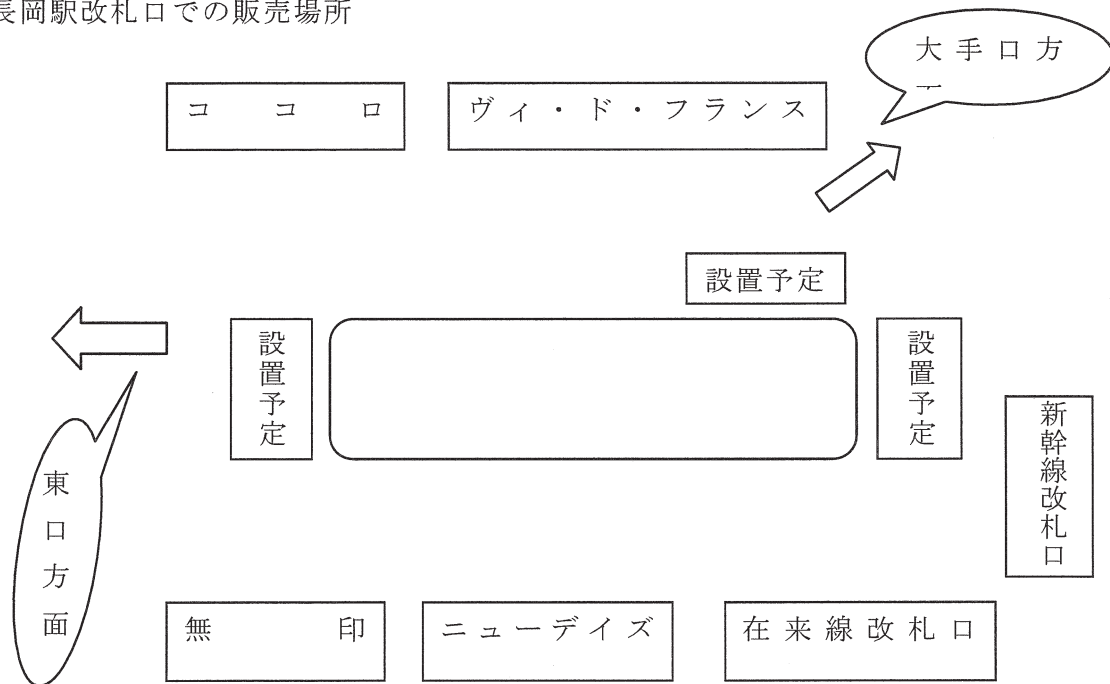
上記の場所は集客力がある程度見込まれる。しかし、出店するために賃貸料としてのコストがかかってくるという問題もあるが、このコストは野菜の販売による収益で賄うことができると思われる。具体的に長岡駅改札口前で出店するならば、どの様になるかを〔図表 14〕に図示してみた。

(4) 日程について

月一回定期的に実施したいと考えている。日曜日に実施するわけだが、どの週に実施するかは、まだ決定していない。月一回の理由として、新庄 100 円商店街を手本に、定期的にプロジェクトを継続させることが、七日町の認知に確実に繋がると考えたからである。また、長岡市の場合、季節によって日照時間もかなり異なるため、時間帯も〔図表 15〕のように決めてみた。

〔図表 14〕

長岡駅改札口での販売場所



〔図表 15〕

春	夏	秋	冬
3～5月	6～8月	9～11月	12～2月
13：00～17：00	13：00～18：00	13：00～17：00	13：00～17：00

(5)その他

プロジェクトによって僅かながら収益が獲得されると予測される。そこで、この収益をどのように処分するのだが、下記のようなことを検討している。

- ① 人件費にあてる。
- ② 野菜を提供してくれた農家の方々に還元する。
- ③ 利益で新たに大きなプロジェクトを実施する。

スーパーの半額以下価格設定で販売するため、利益を出すことは困難だが、プロジェクトの成果として七日町の PR 効果は予測される。そこで、プロジェクトで獲得した収益を次の新たな資金源として蓄えることを考えたい。新たなプロジェクトとは、七日町にも拠点を置いた野菜祭りをテーマとしたイベントである。このイベントは、もっと大々的なものであり、フリーマーケットの開催、キャラクターの作成、B 級グルメの出店なども検討したい。

2.4 まとめ

七つの恵み・農作祭りプロジェクトでは、長岡駅周辺で定期的に七日町の野菜の販売することを提案した。これは七日町で見切り品として一般市場に流通しない野菜を農家から提供してもらいスーパーの半額以下の価格で販売するというものである。これによって、七日町の PR が可能となり、七日町を認知してもらうことに繋がることになる。

これは新庄 100 円商店街を模倣したプロジェクトであるが、まず定期的な開催を継続させるということ重要である。そこから、七日町にも拠点を置くなりしてバリエーションを増やしていきたい。そのためには、このプロジェクトを詳細に練直す必要があり、さらに実践可能か否かを検討しなければならない。そのため、来年度はプロジェクトの実践に向けて本格的に検討していくことにする。

