

“農と食” 北の大地から

連載第44回

消費者が直接支える農業
(その1)

ルポライター
滝川 康治



出でよ！生産と消費をつなぐ人材 NPOや若者、団塊世代に希望

たぐさんの農水産物や加工品などが並んだ「北のめぐみ愛食フェア」の会場。就農をめざす若者を育てるNPO法人「農業塾 風のがっこう」のテントでは、応援の酪農学園大生らが売り込みに懸命(5月19日、道庁赤レンガ前庭)

運営は各地区の実行委員会が担い、道も約千八百万円の予算を計上して後援。出店者は年間一百万円の登録料とブース代一百万円/回(札幌の場合。地区により金額は異なる)や諸経費を負担して参加するシステムという。

近年、生産者や農協が直売所を開設する事例は増えてきたが、「愛食フェア」の特色は消費者側が積極的に関わっていること。旭川市では商工会議所が中心になり、駅前再開発事業とジョイントして、六月から十月まで延べ三十四回、買物公園で開催する予定。留萌市では水産部門

に農家が参加してきた。道内の実行委の三分の二は消費者側が設定し、生産者を都会に呼ぶ形になっています(道農政部食品政策課)と、少しずつ新しい芽が育っているようだ。

若い人材を育てることで 生・消費双方の架け橋に

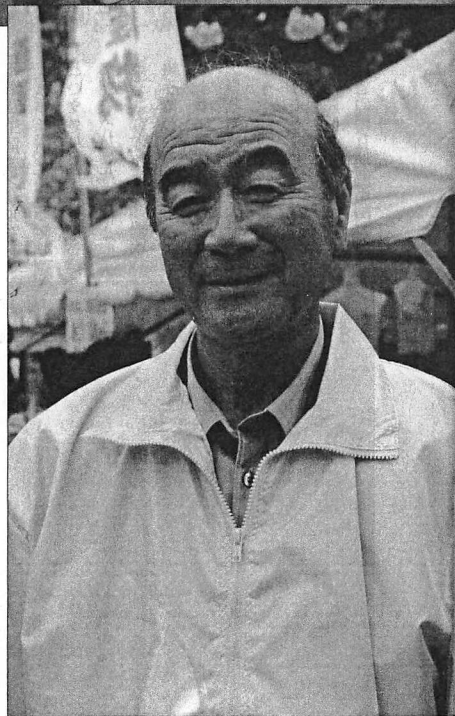
全道的な「愛食フェア」は、月寒グリーン・ドームを会場に昨年から開かれてきた「生産者直売!!」こたわり農産市のノウハウを活用したものだ。二つの催しの仕

北海道の農と食を健全な姿に再生させていくには、消費者みずから「農業応援団」の一員になってもらうといい。農産物などの直売や提携・契約栽培、トラスト活動...と、その方法はたくさんある。道内13市町で始まった「北のめぐみ愛食フェア」の試みや、NPO法人をつくって北海道農業を支える40年代生まれのリーダーたちの実践と意見を紹介しながら、その可能性を探る。

生産者を都市に呼び込み 延べ67回の「愛食フェア」

道内の農水産物やその加工品の生産者らによる直売市「北のめぐみ愛食フェア」が開かれた五月十九日の道庁赤レンガ前庭。用意された三十ほどのブースには、萌えだしてきたアスパラや冬を越したジャガイモ、苗物、豆、漬物、ジャムやジュース類、麺類、かまぼこ...といった品々が並んだ。場所柄もあり、サラリーマンやOL、道職員らのほか、観光客の姿も目につく。

経験豊かな生産者グループに混じって、新規就農関係のブースもある。



「生産者を理解してくれる若い人材を育て、消費者とつなぐたい」と熱く語る長谷川豊さん

掛け人的存在は、道内の農業高校で長く教鞭を執ってきた、長谷川豊さん(1941年生まれ・酪農学園大学教授)である。四年前に定年退職したのを機に、伊達市内に農業生産法人(㈱エイチアンドケイ)を設立し、野菜と花の栽培に挑戦。さらに、〇四年にはNPO法人「農業塾 風のがっこう」の認証も受け、就農志望の研修生を栗沢町内の農場に受け入れてきた。

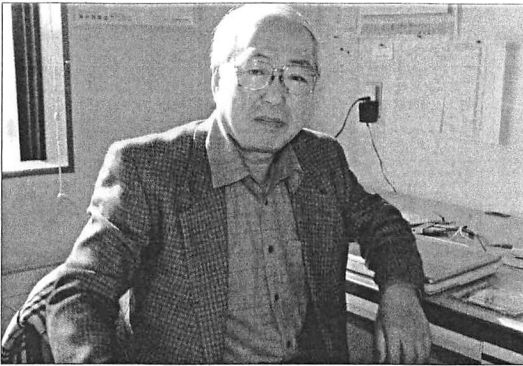
「生産者は売り方が下手で、このままでは農家は生きていけない。日本海側の地域は経営面積が少ないので、認定農業者にもなれない。新規就農者が誇りを持って販売できない状況もある。このままでは日本の農業はつぶれてしまうのではないか」

と常々思っていた長谷川さんに昨年、

知己の月寒グリーン・ドーム役員から、「面白いイベントのアイデアはないか?」との相談が持ち込まれた。そこで、無・減農薬栽培の農産物や加工品、乳製品などを作る新規就農者や女性グループなどに呼びかけ、「こたわり農産市」を企画することになった。月に一回、五月から十月まで開催し、毎回二千〜三千人の集客数があった。

「客層は会場近くの人たちが中心。最初は興味本位でしたが、そのうちに、「直接取引したい」という商店主が現れたり、「こんな野菜を送ってほしい」と注文する消費者にも出会ったんですよ(長谷川さん)と、うれしそうにふり返る。

これで、すっかり自信を深めた。「農産市」の話聞きつけ、道庁も協力を申し



「商店街の組合と生産者が提携し、直売所の開設を」と提案する三島徳三さん

「北海道の食料自給率は一八〇%と高いが、道産品の良さに気づかない道民が多い。消費者に勉強会を呼びかけても反応は鈍い」と嘆く三島さんは、若い世代の味覚の貧しさに対しても危機感を抱いている。

「素材のまずさを加工でカバーしてあるのに、若い人たちには、『あまり加工していない食べものがうまい』という意識が乏しい。甘さから酸っぱさ、苦さ、辛さへと味覚の幅を広げるには飛躍が必要で、それにはくり返し、新鮮でおいしい農産物を食べさせないと状況は変わりま

せんよ」

体験させるといけない、というわけだ。

「直売所は地産地消に貢献してきた」と評価する三島さんが、高齢化社会や地域の活性化と絡めながら提言する。

「今後は、駅前に目立つ空き店舗を使って直売をやってみるといい。郊外型の大規模店舗には車が必要ですが、高齢化が進むなかで利用しにくい人が増えてくる。そこで、歩ける範囲で、市街地活性化の核として直売所を位置づけるわけです。商店街の組合が生産者とながつて野菜の直売がうまくいけば、肉や魚でも客が戻ってくる可能性がある。商店街の再興のためにも活用する、という発想で考えてはどうか」

学生たちや新規就農を志す若者、大型スーパーや商店街の一角、高齢者——消費者が買い支えながら北海道農業を応援していくときのヒントはたくさんありそうだ。

双方を結ぶコアグループの育成がこれからの課題

道農政部は今春、「消費者が直接支える農業」を推進するために基本構想をまとめた。たとえば、直売や共同購入、提携・契約栽培、オーナー制、トラスト、C

SA (Community Supported Agriculture =

地域で支える農業の略。モデルは日本の産直)などを「支える手法」として提示。〇六年度は「生産者と消費者の相互理解を進め、気運を高める」ことを目標に掲げており、前出の「愛食フェア」もその一つに位置づける。

最終的には、「直接支える」ために両者をつなぐコーディネーター役の集団づくりが必要になってくる。アメリカのCSAに倣って「コアグループ」と呼ばれるもので、企画から経理、連絡、生産活動への参加、配送や宅配、対面販売など多様な作業を、消費者側が担っていく人々を指す。

北海道では、「大きいことは良いことだ」式の植民地型農業が主流だった長い歴史があったり、食料自給率が高いために、「コアグループ」を担えるような消費者集団はまだ存在しない。ボランティアではなく、この仕事でメシを食える人を育てるには時間がかかりそうだ。

新規就農者らを応援する長谷川さんは、「二一三年かかって生産者グループのネットワークを確立し、コアグループになりうる人材の育成を進め、五年くらいでものになれば御の字ではないか」と語り、若い世代の新たな就職口としてのコアグループに期待を寄せる。

販路拡大をめざして飛び回る小田さんは、

「農業の応援は一つのNPOではできません。わたしは、団塊の世代の大量退職を見込んだ、労働を提供するNPOが必要と考えています。そうした人たちがボランティア(注)労働報酬が得られるボランティア)の形で支えてくれるといいですね」

と、団塊の世代がコアグループに参入することに活路を見いだそうとする。

全道各地で芽生えてきた消費者が直接支える農業が広がることは、「農と食」の健全さを取り戻していくときの大きな力になる。NPOを中心にした今後の動きに期待したいものだ。

※六月一日現在、「愛食フェア」の出店登録者数は約九十人。登録枠は二百人程度とまだ余裕があるので、出店希望者は事務局の「あぐり・びれっじ」(左記)に問い合わせるとよい。

■NPO法人「農業応援団 あぐり・びれっじ」

札幌市西区発寒四条二丁目八一—一八〇六

☎・FAX 011-671-4500

■NPO法人「農業塾 風のがっこう」

札幌市南区南沢三条二丁目十五—五

☎・FAX 011-571-3387

URL www.kaze-school.jp