

菜需要量調査の実施であった。調査結果を見たJAに動きがみられたのである。そしてJAと直売所が連携し、週1回の予約販売という形でまがりなりにも定期的な取引が始まった。これが伊香保温泉への農産物流通システムの原型となった。

ウ. 特産品開発・高付加価値化への支援

お香女会より伊香保温泉ならではのオリジナル漬物の商品化が提案され、農村女性起業プロデュース「伊香保菜」が誕生した。普及は「伊香保菜」の開発に際して、女性起業の技術習得や流通販売を支援した。さらに、新しい素材や品目を掘り起こしてシステムに乗せるべく、ワサビ、ワラビなど新規作物の導入・増殖に取り組んでいる。

エ. 主体的な広域農業振興のための体制整備

当初、企画・調整・提案は普及主導で行ってきた。支援に手応えはあるものの、真の意味での地域の活性化は、生産者やJA、市町村の主体性なくしては成り立たない。そこで関係者の合意形成を図り、地域振興実現のための組織「渋川広域農業活性化推進協議会」を平成18年に設立した。事務局は渋川市農林課とし、構成員に「主役は自分たち」であるという意識づけを常に行っている。

(2) 普及活動の経過

ア. 契機（平成9～10年）

年間170万人の観光客が訪れる伊香保温泉を抱えた渋川広域では、特に果樹振興や特産品開発等への農業支援が展開されてきたが、消費者や異業種への働きかけは積極的とはいえなかった。産地間競争やグローバル化が進む中、新世紀の地域農業の方向を見据えた普及は、消費者や観光業の取り込みが極めて重要と考え、両者を交えたシンポジウムを開催し、生産者や関係者へ向けて「渋川広域の新しい農業・農村づくり」を提案した。これまで伊香保温泉とその周辺産業間は共存共栄で発展してきた歴史があるにもかかわらず、関係者間の「協働」に係る具体的な話し合いが持たれたことはなかった。しかし、これを契機に交流がはじまり“みんなで渋川を発展させよう”という動機づけができた。

イ. 模索（平成11～13年）

伊香保温泉との交流を果たしたことにより、平成11年度から本格的に「マーケティングをふまえた観光・高付加価値型農業の推進」を課題として普及計画に位置づけた。『伊香保温泉を核とした観光資源を利用した地域農業の活性化』を目的とし、「直売所」と「農産加工グループ」を対象に、①伊香保温泉との連携、②農業資源の付加価値開発を活動の重点とした。

①伊香保温泉との連携

「本当に連携するにはどうすれば良いか」を考えた当時の園芸課長は、伊香保温泉旅館組合へ相談に向く。そこで『お香女会（伊香保温泉旅館組合婦人部）』を紹介され、以後お香女会と定期的な意見交換や交流がはじまった。

②農業資源の活用による付加価値の開発

「野沢温泉に“野沢菜”があるように伊香保温泉にも“伊香保菜”があるといい」「旅館の個性や四季を演出するのは食材であり、ぜひ地元農産物を活用したい」等お香女会の建設的な意見をビジネスチャンスとして反映させるため、当時もっとも地域おこしに積極性を示した旧小野上村をモデル地域として、シャクシ菜（後の“伊香保菜”）、ユズ等の加工・商品化の支援等に力を注いだ。

ウ. 始動（平成14～17年）

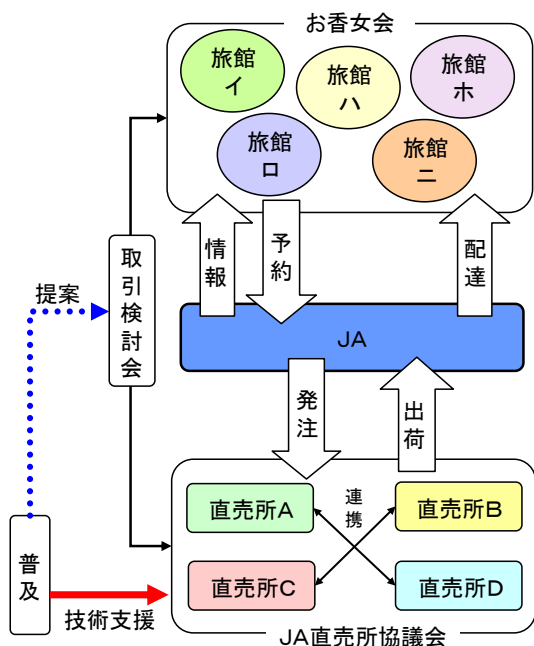
旧小野上村の伊香保菜・ユズの商品化と温泉旅館への供給を皮切りに、旧北橋村産白芋茎加工、旧赤城村でのキビ生産、旧子持村のコンニャクを利用したこんにやく汁粉など、様々な地域特産物が掘り起こされた。これらを武器にしたマーケティング能力育成のため、「直売所の販売戦略」「消費者とのコミュニケーション」「直売所運営改善のポイント」などをテーマに定期的に研修会を企画した。また“食の安心安全”が叫ばれるようになったのもこの頃で、栽培講習会等による農薬適正使用に関する指導など生産・技術面での支援も強化した。

エ. 開花（平成18～20年）

① 渋川広域農業活性化推進協議会の設立

農業が観光分野と連携して発展していくためには、Win-Win の関係を築くことが重要となる。普及は「渋川広域農業活性化推進協議会」の運営支援を通して様々な研修を企画し、関係者間の交流を図るとともに相互理解の場を設定している。例えば、伊香保温泉旅館の地元農産物利用を促進するには、女将や板前に栽培事情をよく理解してもらう必要がある。そこでお香女会を招いた「地域農業研修会」を平成16年から定例化し、農産物ができるまでの生産者の苦労や、地元ではいつ何が旬を迎えるかといった生産者側には基本的なことも、一から理解を求めた。この地道な取り組みの継続が、流通システムの稼働・運営に貢献した。

② 『伊香保温泉旅館への農産物流通システム』稼働



「新鮮な野菜を仕入れたい」「旅館には地元農業のPRと振興に協力してほしい」というニーズの一致を受けて、JA野菜センターから野菜の供給を行ったが、限られた旅館との相対取引で面的な広がりはなく取引は伸び悩んだ。地産地消を推進し、生産者の所得向上につなげるには、定期的な取引システムが不可欠であると思われた。しかし、システムの立ち上げには直売所間の合意形成、JA内部の体制整備、お香女会との取引形態の具体化など、多くの課題が山積していた。一番大きな問題は「誰が受注・集荷・配達を行うか」であった。生産者はJAに期待を寄せたが、ビジネスとして採算が合うかは未知数でJAは躊躇した。普及はJAの背中を押すには具体的なデータが必要と考え、旅館の年間野菜需要量調査を実施した。これにより

お香女会やJA・生産者と具体的な話し合いが進み、平成19年6月JA直売所協議会による「伊香保温泉への農産物流通システム」が始まった。普及は定期的な検討会に参加しながら、双方を仲立ちする役割を果たしてきた。

③ 観光農業のPR

渋川はもともと伝統あるソバの産地であったが、遊休農地の拡大抑止と麦の輪作をかねて平成10年からソバ栽培が復活していた。さらにソバの花が満開になる頃の“そば祭り”の開催、加工販売を目的とした直売所併設の“そば工房”の开店など、ソバを活用した付加価値農業の展開がはじまった。そこで、ソバの景観やおいしさ

をもっとPRし、地域の振興と発展に結びつけようと、栽培・収穫・加工ができる農業体験企画を提案した。そして地域営農推進協議会主催による「そば道場」が平成15年より開催されるようになった。「そば道場」の参加者による“そば祭り”や“そば工房”の存在が口コミで広がり、渋川地域のグリーンツーリズムの一翼を担っている。今やソバの栽培は19haにまで拡大し、一面満開のソバの花を愛でる“そば祭り”でのソバ1,000食の振る舞いが盛況となっている。一方では、さらに観光農業の推進に弾みをつけるべく、温泉観光客の取り込みをねらい、観光農園マップ（イチゴ、ブドウ、ブルーベリー）を作成した。マップは、伊香保観光協会を通じてお香女会加盟旅館に配布し、温泉観光客を農園に呼び込んでもらえるよう協力を依頼している。

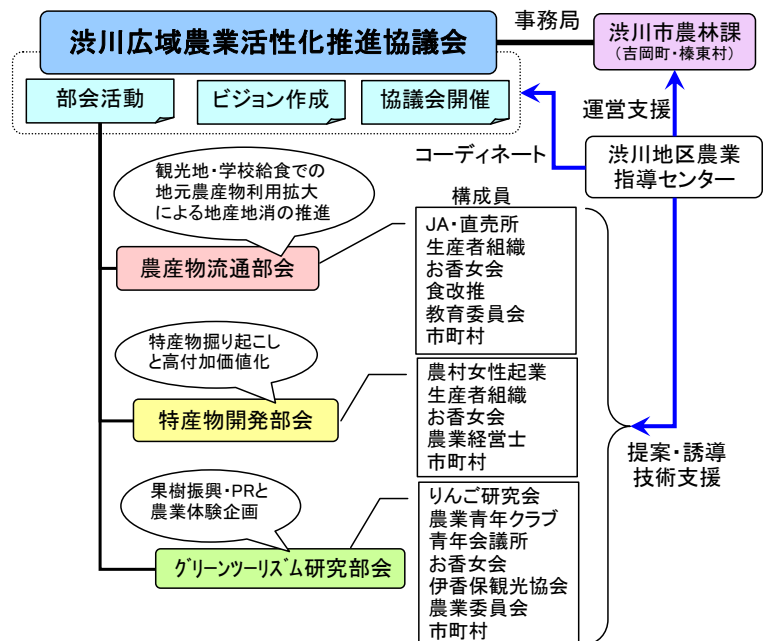
(3) 普及指導センター内における活動体制

群馬県は専門分担方式の普及活動体制をとり、渋川地区農業指導センターは中部農業事務所普及指導課に在籍し、渋川地区を含めた広域活動を行う農業経営・畜産・果樹・花卉担当を含め、課題解決に当たっている。

渋川地区農業指導センターでは「渋川広域農業活性化推進協議会」を組織するとともに、主導的役割を担うため当センター普及指導員全員のプロジェクトチームを立ち上げた。プロジェクトを統括する次長の下、地域特産物の掘り起こしを行う農村女性担当、生産技術を指導する普通作物・工芸作物・野菜担当の他、広域の果樹担当、花卉担当とも連携を図り、企画・運営を全員で行うことによって従来の役割分担と所属の枠を超えた総合力を発揮できる体制で取り組んだ。

(4) 関係機関との連携

平成18年8月、農業団体、観光業、消費者、市町村等を構成員とした「渋川広域農業活性化推進協議会」が、普及の働きかけによって設立した。この協議会で広域農業の発展とその方向性を関係者全員で考えるために定期的集まることになり、普及はさらに効率的・効果的なコーディネート機能が発揮できるようになった。協議会は3つの専門部会に分かれ、部会活動で自らの“協働”のあり方を探っている。



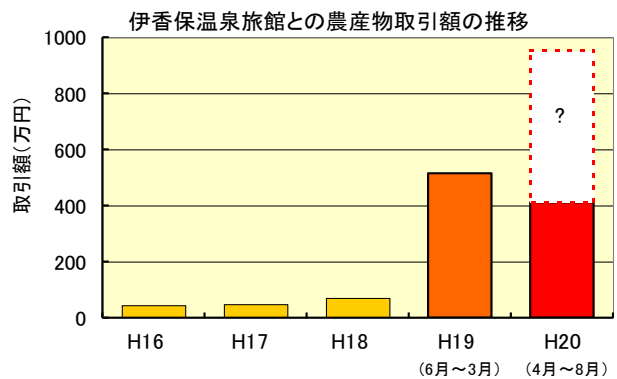
3. 活動の成果

(1) 成果

ア. 農産物流通システムの構築

調査により潜在的需要量が明らかになったことでJAは組合員の要望に応えるべく動きだした。取引イメージ、取引ルール、品目、契約書の整備など、JAと普及で案をつくり、お香女会とともに検討を重ねてシステムが完成した。取引が開始されてからも定期的な検討会を設定、取引品目、規格対応などに関する提案や問題提起を発

信じ続けた。具体化してくるニーズにどうしたら応えられるか。今までに例のない取り組みで、生産者とJAは苦勞と努力を重ねながらシステムを一生懸命動かした。その結果、昨年度は月商約50万円、今年度は約90万円の実績を叩き出すまでになり、利益を生み出すビジネスモデルが構築されつつある。供給先であるお香女会も「まずは信頼関係で取引をしてお互いの要求は話し合いで解消しましょう」と長期的視野で取り組む姿勢をみせている。お香女会の意識をここまで醸成できたのも長い時間をかけて農業現場で話し合いを重ね、女将たちに生産者の本音が理解されているからである。



イ. 流通システム稼働による効果

① 出張販売による直売所の売上げ増大



お香女会との連携がより強化され、石段雛祭りなど伊香保温泉イベントでの農産物即売所の出店が実現した。さらに今年9月、東京浅草の出張販売で、お香女会に応援を依頼した(写真)。積極的な出店は売上げ増加と意欲向上に寄与している。そして今まで生産者側は、お香女会や普及の提案に応える形が多かったが、主体的にお香女会と連携を図る姿勢が生まれたのは特筆すべき変化である。

② 自給的農産物、規格外品・マイナー作物の販売による所得向上

お香女会との実際の取引や意見交換会を通して、細やかな規格への対応を迫られたのはもちろんだが「あれもほしい、これもほしい」とニーズが増えたことも収穫であった。取引品目は30種類を越え、直売所では売れ残るようなオカヒジキ、エシヤロット、タラノメ、フキノトウなどのマイナー野菜の引き合いも強く、これが生産意欲の向上をもたらし、実際の取引でよく売れた野菜の作付けを増やす生産者も出てきた。さらに、出荷の際には廃棄となる小ジャガイモや間引き大根などの需要があり、新たな視点も生まれた。また、今後どうしたら一定量確保して流通ベースに乗せられるかを検討している。

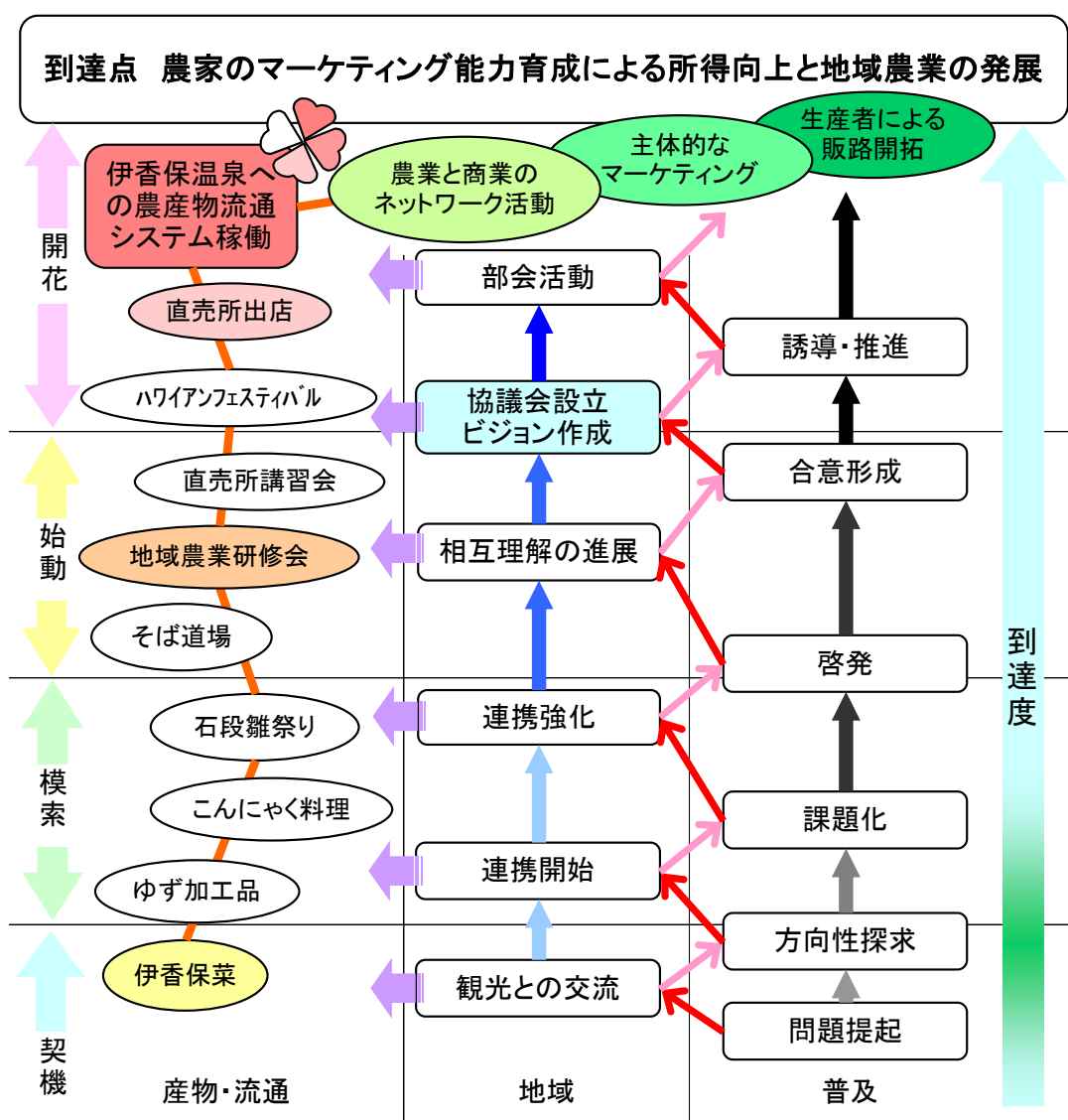
③ 女性起業とお香女会の新たなネットワーク活動

伊香保菜の流通を続けるうちに、農村女性とお香女会の結びつきはより深まってきた。伊香保温泉恒例「石段雛祭り」「ハワイアンフェスティバル」等のイベントで、農村女性が“きびがゆ”や“玉こんにゃく”などの農産加工品のPRをするようになり、お香女会から「端境期の冷凍イチゴを提供したい」と要望が出ると、農村女性がその提案に協力、農村女性がイベントに加わってみて「小腹がすくようなので加工品を売りたい」と希望すると、お香女会が観光協会にかけ合い実現させる。お香女会から“農家のおかみさんの漬物”にレポートリーが欲しいと言われれば「それなら私たちが作るから、必ず全部買ってちょうだい」と確約をつけて、干し用大根の栽培と加工を手がける。農業と商業分野でそれぞれ活躍する女性たちの新たなネットワーク活動が花開いてきた。

ウ. 生産者自らのマーケティングによる販路開拓

生産者は「自分の野菜が旅館で使われている」という自信が芽生え、「もっと観光客に喜ばれるように品質を上げたい」「新しい野菜を作ってみたので使ってみないか」など、生産者自ら試作・提案をするようになった。このような小さな成功体験や失敗の積み重ねが、やがて大きな流れにつながっていくのではないかと考えている。また、この流通システムに生産者やJAと一緒に関わることで、普及指導員自身もマーケティングを学ぶ機会を得ることができた。この事例で得た経験を、次の活動展開や新たなモデル育成へつなげる努力をしなければならないと感じる。

(2) 目標達成のフローチャート



4. 将来の方向と課題

伊香保温泉で地元農産物の利用が始まったが、これは継続的な普及活動と、近年の「地産地消」を追い風にしたマーケティング支援の一事例である。

市町村財政も厳しき折、農業団体をはじめとする関係機関の合意形成のもとで設立さ

れた「渋川広域農業活性化推進協議会」の果たす役割は大きい。今後のさらなる地域農業の発展のため、農産物流通部会を中心とした学校給食への食材提供や食育の推進、グリーンツーリズム研究部会を中心とした渋川広域観光果樹の振興など、地域の特色を生かした農業振興に普及のコーディネート力を発揮していきたい。

(執筆者：松本尚子)