

農林水産大臣賞受賞

女性の原動力が地域を変えて町の魅力を発信
農産物直売活動を通じて元気なむらづくり

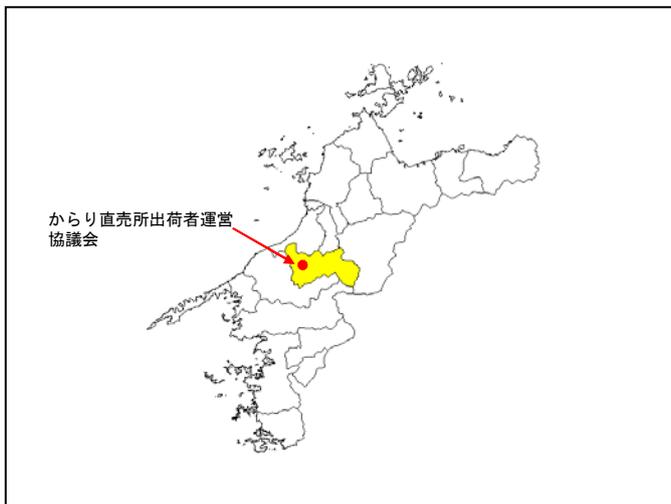
受賞者 **からり直売所出荷者運営協議会**
(愛媛県喜多郡内子町)

■ 地域の沿革と概要

内子町は、愛媛県のほぼ中央部に位置し、県都松山市から南南西約40Kmの地点にある。平成17年1月に喜多郡2町（内子町・五十崎町）と上浮穴郡1町（小田町）が合併して誕生した。人口17,125人、7,197世帯（平成29年2月現在）、面積は299.43k㎡で平地は少なく山林が77%を占めている。

明治から大正期にかけて木蠟生産で財を成した商家や劇場が重要文化財に指定され、保存地区（町並み保存地区）を中心に観光地になっている。

第1図 位置図



■ むらづくりの概要

1. 地区の特色

内子地区は内子町の西部に位置し、江戸期から明治期にかけて木蠟生産で栄え、大正期から昭和初期は養蚕・和紙生産が中心であったが、戦後は葉たばこが導入され、最盛期には栽培面積が400haを越えた。しかし、高齢化、価格の低迷等に加え、葉たばこ需給調整対策により廃作する農家が増加した。

一方、栗・柿・梨・桃・ぶどう等は、農業構造改善事業や国営農地開発事業等により栽培面積・生産量とも増加の傾向にある。

第1表 地区の概要

事項	内容
地区の規模	旧市町村
地区の性格	機能的な集団等
農家率 (内訳)	23.9%
	総世帯数 3,978戸
	総農家数 952戸
専業別農家数 (内訳)	専業農家 293戸
	1種兼業農家 73戸
	2種兼業農家 251戸
農用地の状況 (内訳)	総土地面積 12,117ha
	耕地面積 818ha
	田 142ha
	畑 203ha
	樹園地 473ha
	耕地率 6.8%
	農家一戸当たり耕地面積 0.9ha

また、昭和 50 年から取り組みはじめた町並み保存運動は、農業の分野においても大きな影響を及ぼしている。この運動による観光客の増大は、観光農業と連動し「フルーツの町内子」のブランドとともに、新しいマーケットとして成長している。

2. むらづくりの基本的特徴

(1) むらづくりの動機、背景

ア 危機感から生まれた「知的農村塾」

農産物の輸入自由化、専売公社の民営化による葉たばこ生産の衰退、過疎化・高齢化等による農業基盤の脆弱化は生産意欲の減退を招き、農村生活そのものを揺るがすものとなってきた。また、後継者不足、遊休農地の拡大等の問題も顕在化し、内子地区の将来を悲観する声が多く聞かれるようになった。このような状況の中、農産物のブランド化、農産物の地域内循環、さらには農村女性の自立に活路を見出し、農業・農村を活性化させ豊かな農村生活を築くため、「農業・農村の元気創造を目指す」ことを目的に昭和 61 年 1 月、「知的農村塾」を開塾した。地区内の農林業者の要望が契機となり開塾された「知的農村塾」は、農家と内子町が共に学ぶ「場」で、農家の「勉強したい」という積極的な参加により、開塾以来、30 年経った現在も塾生が地域活性化や様々な技術情報の収集、経営改善、販売戦略等について学習している。

イ 直売所づくり

「知的農村塾」における高次元農業推進気運の高まりとともに、農村女性の自立の場として特産物直販所の開設を進めることとなり、平成 6 年 7 月に参加者による手作りの産直トレーニング施設「内の子市場」が整備され、試行錯誤の営業が始まった。



写真 1 内の子市場開設

「内の子市場」の取組により、本格的な直販所の取組にむけた課題を整理することができ、参加者の団結力が熟成され、更に直売所運営の人材育成の場として大きな役割を果たした。

ウ からり直売所出荷者運営協議会の誕生

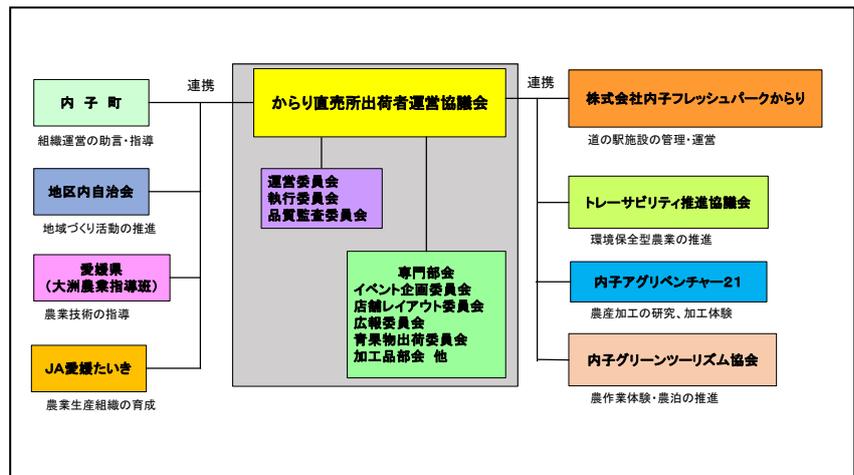
産直トレーニング施設「内の子市場」の開設にあわせて、平成 6 年 7 月 23 日に「内の子市場運営協議会」が誕生した。この協議会は、平成 8 年に「内子フレッシュパークからり特産物直売所」が開設されたのを機に、名称を「からり直売所出荷者運営協議会」（以下「運営協議会」

という。)に変更し、直売所経営に主体的に関わった。平成18年に指定管理者制度により、「(株)内子フレッシュパークからり」が直売所を含めた道の駅施設の指定管理者となったが、運営協議会が直売所の出荷要領の決定や陳列等の店舗レイアウト、出荷農産物の品質管理等の直売所運営、イベント等の催事企画、会員の研修等に組織的に取り組んでいる。

(2) むらづくりの推進体制

運営協議会は402人の出荷者で構成され、運営委員を選出し計画的に事業に取り組んでいる。当初から運営協議会は女性を中心に、現在も女性が7割を占めており、運営協議会の会長は当初から女性が担うなど、女性の視点で事業が進められている。

第2図 むらづくり推進体制図



運営協議会では、定期的に運営委員会を開催し、企画等を決定している。また、地区内の地域ごとに選出された委員が定期的に地区座談会を開催し、地域の意見を可能な限り運営協議会に取り入れるとともに、関係機関と連携しながら設立当初の理念である町内の農業・農村を活性化させ、心豊かな農村生活を築くための活動に一貫して取り組んでいる。

■ むらづくりの特色と優秀性

1. むらづくりの性格

当地区では、「農業・農村を活性化させ、豊かな農村生活を築かなければ衰退する一方である」という危機感から「知的農村塾」を立ち上げ、「農家」・「行政」・「地域の役職」といった立場を離れ、自由・活発な意見のもと、直売所の開設が進められていった。また、設立された運営協議会においては、人材育成や組織運営を優先的に取り組んできた。

運営協議会では設立当初から、女性が中心になり女性の視点で活動が進められたことから、女性らしいきめ細やかな対応や加工品開発等熱心な取組により、やる気を持った女性が増えていくこととなった。さらに、女性自身の意識も変化し、女性の生き様を大きく変化させた。

また、安心・安全な農産物生産の取組や、担い手の確保・育成にも積極的に取り組むとともに、国際交流に貢献するなど当地区の小規模、高齢、兼業

等中山間地農業のハンディを多様性という魅力に変え、農業に、地域に誇りと自信を取り戻す活動に積極的に取り組んでいる。

2. 農業生産面における特徴

(1) 「作るだけの農業」からの脱皮～高次元農業の展開～

町並み保存運動を契機とした観光農業の成功は、農業者に「作るだけの農業」から、「作り・売り・サービスする農業」の重要性を認識させた。このことは、運営協議会の基本理念に反映されるとともに、都市農村交流と情報利用による高次元農業推進の礎になった。



写真2 会員は順番に店頭に立つ

平成27年度の直売所の販売総額は4億1200万円で、内子町の林業を除く農業総生産額(26億円)の16%に達し、特産物直売所の占める割合は果樹では13%、野菜では28%も占めており、内子の農産物ブランド化にも貢献している。

また、出荷会員の平均販売額は110万円程度であるが、販売額が500万円を超える会員が22%、なかには1000万円を売り上げる会員も現れている。

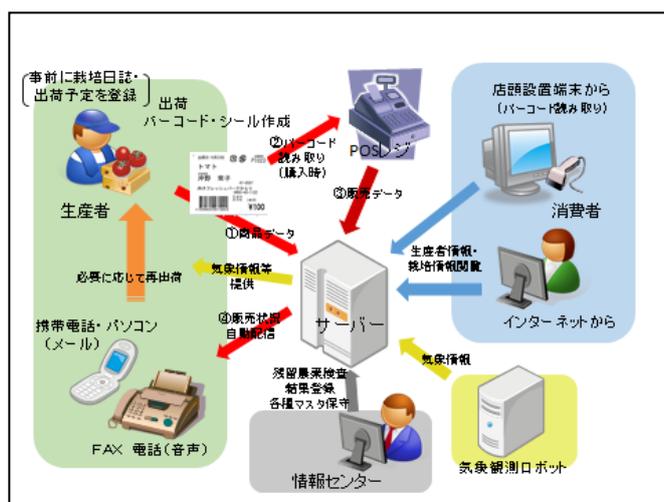
直売所開設当初は女性や高齢者が中心であったが、専業農家や若者の出荷者も増加しており、農業所得の半分以上を直売所で売り上げる出荷者が27%を占め、内子地区の農家の経営を支える場となっている。

(2) 情報の効率的な利用

産直トレーニング施設「内の子市場」の取組により、POSシステムによる販売管理や情報ネットワークの必要性が明らかになり、POS施設整備にあわせて直売所の売上情報を含む農業情報を双方向で発信するシステム(以下、「からりネット」という。)を開発した。

特に、初期の「からりネット」は専用の農業情報端末(多機能ファックス)220台を農家に設置し、直売所の売上情報を含む農業情報を双方向で発信するもので、当時としては画期的なシステムであり、全国に先駆けて導入されたものだった。

第3図 からりネットのしくみ



その後、平成 14 年度のシステム改良により一般のファックスや電話音声・携帯電話に利用幅が拡大し、直売所レジと農家の繋がりは所得の向上に寄与している。

(3) トレーサビリティシステムによる安心・安全な取組

平成 17 年 1 月、全ての出荷青果物の栽培履歴記帳を義務づけた。また、同年 7 月からは、円滑な入力とチェックの迅速化を図るため、トレーサビリティシステムを導入し、全ての会員が取り組んでいる。栽培履歴情報は店頭端末機とインターネットで開示でき、農産物の「見える化」に取り組んでいる。



写真 3 トレーサビリティシステム

さらに、生産される農産物の安心・安全ブランド確立のため、平成 17 年から「内子町特別栽培農産物等認証制度（エコうちこ認証制度）」

（内子町が国の特別栽培農産物に係る表示ガイドラインに基づき創設）に取り組んでおり、売場に認証農産物コーナーを設けるなど、利用者に認証制度の P R に努めている。

(4) 品質チェック体制による安心・安全な取組

運営協議会では、会員から品質監査役を選任し、品質的に疑義のある農産物は事前にチェックし販売しないよう指導する体制を敷くとともに、出荷停止処分等による厳しい自己規制を行っている。

また、出荷前には、品目別の出荷説明会や栽培技術研修会、安全農業研修会、情報利用研修会等を計画的に開催し会員への情報提供と出荷物の品質向上を図っている。

(5) 安定した出荷体制の構築

特産物直売所では時期によっては出荷物の減少がみられたため、平成 21 年からは、端境期の出荷物確保のため、運営協議会に「はざま部会」を創設し、農産物の作型の研究を行っている。平成 24 年には、20 人の会員農家が 40 棟のビニールハウスを建て、トマト・軟弱野菜などの生産を始めている。

運営協議会では、町外からの新たな農業参入希望者を積極的に受け入れ、その育成に努めるなど、担い手の確保・育成に取り組んでおり、I ターン等新規就農者も多数入会している。

3. 生活・環境整備面における特徴

(1) 農村女性の経済的・社会的自立

運営協議会の7割が女性であることから、女性らしいきめ細かい対応と意欲的な商品開発により販売額を伸ばしている。当初、あまり協力的でなかった家族も女性たちの熱心さを理解し、支援するようになった。

また、運営協議会員の家族経営協定締結数は95件で町内の86%を占めており、女性の意欲とやり甲斐が積極的な経営参画につながり、経済的・社会的な自立が醸成されている。



写真4 女性の積極的な経営参画

(2) 農産物の地域内循環

直売所に出荷された農産物は、全て内子産であり町内の消費者へ供給することで地域内循環が進んでいる。加えて施設内のレストラン・工房・加工場でも積極的に地元農産物を使用している。平成12年からは、町内の病院・学校給食センター等5施設へ農産物を供給しており、地域内循環の輪が広がっている。なお、学校給食センターでは、食材の約45%を地元農産物が占めており、学校給食では児童生徒に対し生産農家を紹介するなど、「食」を通して地元農産物への理解を深めている。

(3) 農業体験学習・就業体験の受け入れ

小・中学生の授業の一環として、運営協議会員が生徒を受け入れ、農業体験学習により地元の良さを伝えている。また、高校生や大学生を、インターンシップ（就業体験）として受け入れ、直売所での販売体験により働くことの意義を理解してもらうとともに、地元農産物及び加工品への理解と関心度を高める活動に取り組むなど、多くの子ども達に地元へ愛着を持ってもらう活動に会員が積極的に取り組んでいる。

(4) 高齢農家等への農産物の巡回集荷

平成28年8月より、搬送手段のない山間部の高齢農家等へ農産物の巡回集荷事業を始めた。この事業の取組により、高齢農家等による耕作の継続（荒廃農地の解消）や収入確保につながっていることから、今後は、山間部のみでなく、地区全域に集荷範囲を拡張する予定である。あわせ



写真5 農産物の巡回集荷

て、流通機能の低下から日常の買い物が困難な状況にある高齢者への対策として、予め注文のあった直売所商品を配達し買物支援を行う事業にも取り組む予定である。

(5) 消費者との交流

農産物の旬にあわせた試食や即売等のイベントを毎月開催したり、農産物加工体験や手工芸体験等の交流事業を開催している。また、直売所で地元食材を利用した料理法等を紹介するため運営協議会員6人が野菜ソムリエの資格を取得し消費者との交流を深めている。

(6) 国際交流

平成16年10月にJICA集团招へい事業によりタイから研修生20人が来日し、会員宅にホームステイして運営協議会の取組を視察し交流を深めた。

また、その翌年には、タイのヤントン村に招かれ、会員12人がタイを訪問し、国際交流を行った。さらに、平成27年6月にもタイからの視察団を受け入れ、交流施設を拠点とした地域活性化について意見交換を行うなど、継続的な国際交流を図っている。

(7) がんばる直売所をめざす

平成18年に近隣に大型の競合店が開設され販売額の低下や複数の直売所に出荷する会員も出始め、出荷意欲が低下し直売所の売上げが停滞することとなった。平成24年に内子町で開催された全国直売所研究会西日本ブロック大会において、演劇「からり物語」を会員が一丸となって取り組み、上演した。この活動は、「からり直売所の原点」である個々の会員

が直売所を盛りたて努力しようとする気持ちを再確認する契機となった。劇中で連呼した「がんばろう からり！」は、会員同士の合い言葉となり、現在では利用者・販売額ともに反転し増加している。



写真6 演劇「からり物語」