

「農」を支える多様な連携軸の構築

平成 22 年 2 月

農林水産省

目 次

農業・農村を支える「絆」づくりの必要性	1
現在行われている連携推進施策～6次産業化への萌芽～	2
「農」を支える新たな連携①(消費者等が生産者を支える動き)	3
「農」を支える新たな連携②(生協活動を通じた消費者と生産者の連携)	4
【参考】「地域支援型農業」(CSA)の概要	5
「農」を支える新たな連携③(耕作放棄地解消等に向けたNPO・企業等との連携)	6
「農」を支える新たな連携④(農業・農村の6次産業化に向けた多様な連携)	7
地域資源を活用した新たな連携の試み	8
農業・農村を応援しようとする多様な取組	9
地域や住民が協働する「農」を支える取組	10
連携軸の構築を推進する上での課題と対応(当面の取組の例)	11
【参考】消費者の社会貢献に応える「国産ポイント」の仕組み	12
連携軸の構築を推進する上での課題と対応(新たに対応すべき取組)	13

農業・農村を支える「絆」づくりの必要性

- 農業が有する食料の安定供給機能や多面的機能は、国民全体が直接的・間接的にその利益を受ける一方、こうした機能は消費者を始めとする様々な主体が農業・農村を支えてこそ初めて発揮される。
- これまで、農業・農村を支える取組は主として行政や農業関係団体により行われてきたところであるが、農業・農村が活力を回復し、健全に発展していくためには、農業サイドのみならず国民全体で農業・農村を支える「絆」づくりが重要な要素となる。また、このことは農業・農村の6次産業化の推進につながる。
このため、農業を取り巻く多様な分野の様々な関係者が、農業の有する価値や意義を共有した上で、相互に連携し発展する「『農』を支える多様な連携軸の構築」を促進する必要。

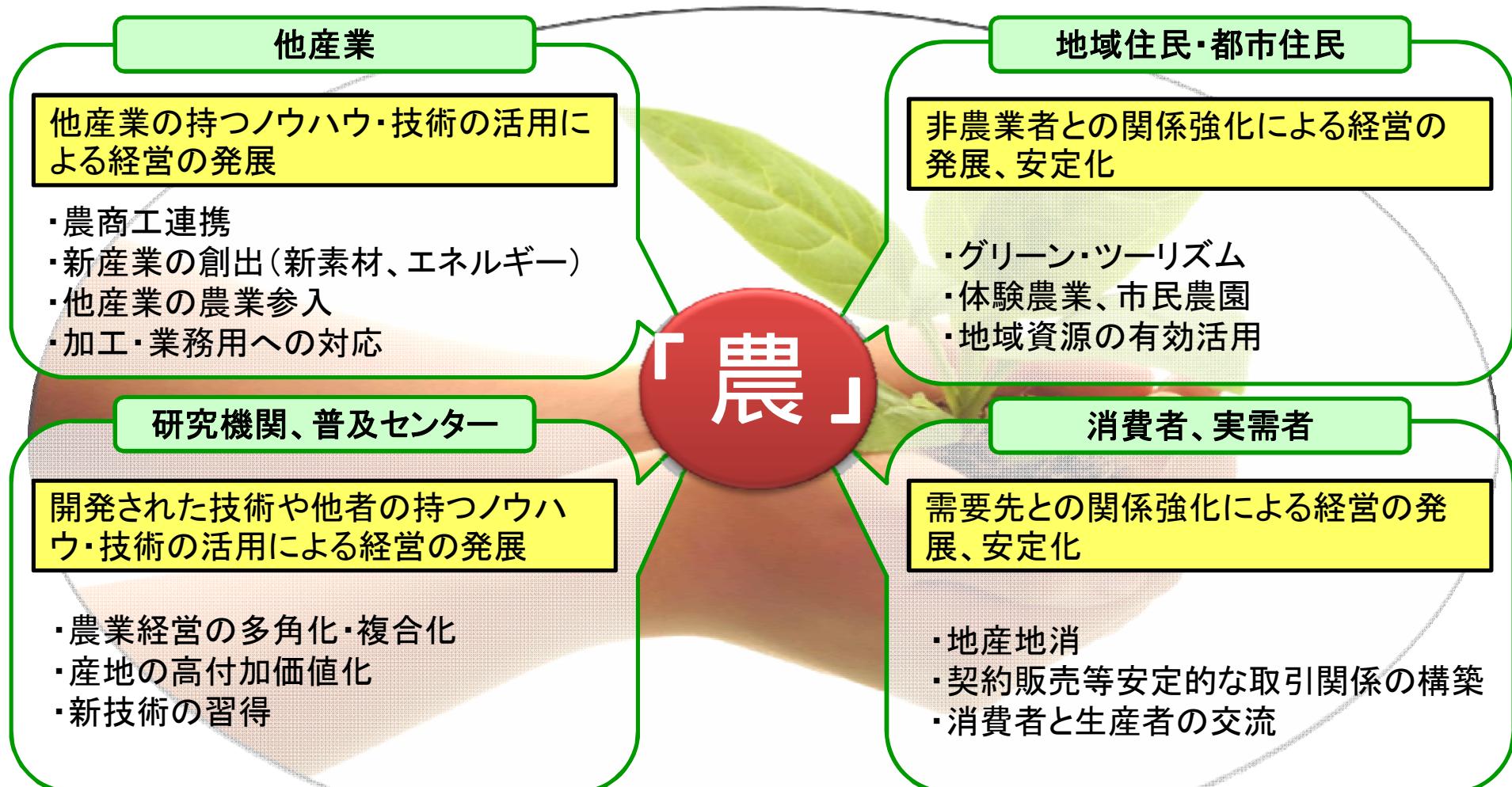
農業・農村を支えることで得られる「3つの安心」(例)



農業・農村を支える「絆」が都市を含む国民全体の様々な安心をもたらす

現在行われている連携推進施策 ~ 6次産業化等への萌芽 ~

- 既に、各般の施策を通じて、農業と多様な関係者との連携等により、6次産業化や販路の開拓、地域の活性化につながる芽が出てきている。
また、その基本となる農業・農村への理解の醸成についても、消費者と生産者の交流や、都市と農村の交流の促進などを通じて、様々な情報発信が行われている。



6次産業化や販路の開拓、地域の活性化につながる取組

「農」を支える新たな連携 (消費者等が生産者を支える動き)

- 新たな連携のかたちとして、生産者が消費者の支援を受けて行う農業生産や、トラスト運動により農業・農村を支える動きなど、消費者等が応分の負担を伴いつつ、生産者を主体的に支えようとする動きが現れてきている。

消費者と生産者のCSA

- ・メノビレッジ長沼(北海道長沼町)は、地域内の農家と消費者が、農業の恵みとリスクを分かち合う新たな産直システムであるCSAを実践。(※CSAについては、p5参照)
- ・「土が健康ならば、そこには健康な作物が育ち、それを食べる者も健康になる」を信念に、循環型有機農業を実践。
- ・会員(消費者)は年会費(21年度は36,800円)を支払い、5月から約半年間、隔週の決まった曜日にピックアップポイントで10~20種類の多品種少量の農産物を受け取る。
- ・2009年度で80世帯の会員があり、大半が札幌市の会員。 (メノビレッジ長沼のエップ荒谷レイモンド代表)



生物多様性を保全する農家を米穀店が支援

- ・たかしま有機農法研究会(滋賀県高島市)では、無農薬・無化学肥料の米を栽培。水田魚道の設置、中干し時期の配慮、冬場の水張りなど、生き物の暮らしを優先した米作りを実践。
- ・米は「たかしま生きもの田んぼ米」として高値(5kg3,550円等)で販売。
- ・東京、神奈川、埼玉の9米穀店は、同会の米が1kg売れるごとに8円を積み立てる基金「ライスエイトアクション」を創設し、同会の活動を支援。



(たかしま生きもの田んぼ米)

消費者が生産者を応援する取組

- ・JA江刺りんご部会では、消費者に江刺りんごの後援やPRに協力してもらうため、21年度から江刺りんごサポーターを募集。初年度の年会費は5,000円で、2年目以降継続の場合は4,000円。
- ・サポーターには、江刺りんご(フジ)の初セリ後一週間程度で3,000円相当のりんご3キロ箱が送付される。加えて、少しキズの付いた「ワケありりんご」や江刺りんごジュースを10%引きで購入可能。収穫体験も参加可能。
- ・サポーターの心得としては、江刺りんごを生産者と一緒にPRすること、江刺りんごのおいしさを満喫すること、江刺りんごを応援すること。



(江刺りんごサポーターのチラシ)

地域における援農の取組

- ・農家、消費者、団体・法人で構成された『あびこ型「地産地消」推進協議会(千葉県我孫子市)』では、担い手不足、農地の遊休化等の問題を解決するため、消費者が週3回、3時間単位で農家の作業をお手伝いする援農ボランティア活動を実施。
- ・14件の農家と55名のボランティアが登録しており、20年度は1930件の援農を実施。
- ・技術水準の平準化を図るため、ボランティアに援農養成講座を実施したり、農家とボランティアの情報交換の場を設ける等、連携を支援。



(援農ボランティア養成講座の実習風景)

「農」を支える新たな連携 (生協活動を通じた消費者と生産者の連携)

- 消費者等が応分の負担を伴って生産者等を支える動きについては、各地の生協においても広がりをみせており、消費者と生産者の連携を図る動きが現れてきている。

商品に農家への支援金を上乗せする生協

- ・おかやまコープは、鳥インフルエンザ被害をきっかけに、産直たまご生産者の不慮の被害に対する損害補償の補填等を目的として、生産者支援基金を設置。たまご1パックにつき、1円の募金を上乗せして販売。
- ・コープかごしまでは、飼料価格高騰で経営がひっ迫した酪農家を支援するため、20年6月から21年2月の間、「コープ牛乳(おおすみ地区指定生乳使用)」1本当たり2円を県酪農協へ支援金として送付。
- ・新潟県総合生協では、出雲崎酪農組合と契約して製造・販売している「虹っ子牛乳、ゆめっこ牛乳」について(左はコープ牛乳、右は虹っ子牛乳)、1本当たり1円を支援金として酪農家に還元。



生産者と消費者が参画し、有機野菜を届ける生協

- ・生産者が組合員でもある生協「熊本いのちと土を考える会」は、25年以上前より、農薬・化学肥料・除草剤不使用の露地栽培で育てられた旬の農産物を届ける活動を展開。現在の組合員は1,000名弱。価格は生産者の希望を基に決められ、豊作不作にかかわらず一定。消費者は「提携」により生産者を支える意識を持ち、生産者が生産計画を立てられるようにするため、野菜はセットを基本に販売。週1回、生産者も地域の消費者グループへ配達。
- ・また、消費者が生産地を訪問し、農産業の手伝いをする「援(縁)農」活動や、講演会、料理講習会、収穫感謝祭等も実施。



土づくり等に取り組む生協

- ・東都生協(東京都)では、健全な農産物をつくるための基本は地力の強い土地で育てることと考え、「土づくり宣言」運動を実施。
- ・この趣旨に賛同した組合員がお金出し合い、資金を産地に低利で融資する「土づくり基金」を開始。これまで延べ150件あまり(6億円以上)が、堆肥場建設や農業機材の購入などに活用。
- ・また、「土づくり宣言21 エコプラン」を提唱。これに賛同し調印を行った産地では、独自にアクションプログラムを作成。それぞれのプログラムに基づき、持続可能な環境保全型農業に積極的に取組。



基金などにより多様な活動を支援する生協

- ・パルシステム生協連合会では、農林漁業の発展等への貢献を目的に、生協活動の剩余金の一部を活用した「レインボーパル基金」を平成12年度に設立。これにより、調査研究、環境保全、食育に取り組む団体へ助成しており、これまで8,320万円、141団体へ助成。
- ・また、各産地・行政などを積極的にまきこんだ地域協議会を全国で14設立。JAささかみ(新潟県阿賀野市)とは、産直交流、食農教育に取り組む活動にNPO法人「食農ネットささかみ」を設立、その運営費をそれぞれの売り上げから拠出。連合会は売り上げの1%を拠出し、支援している。

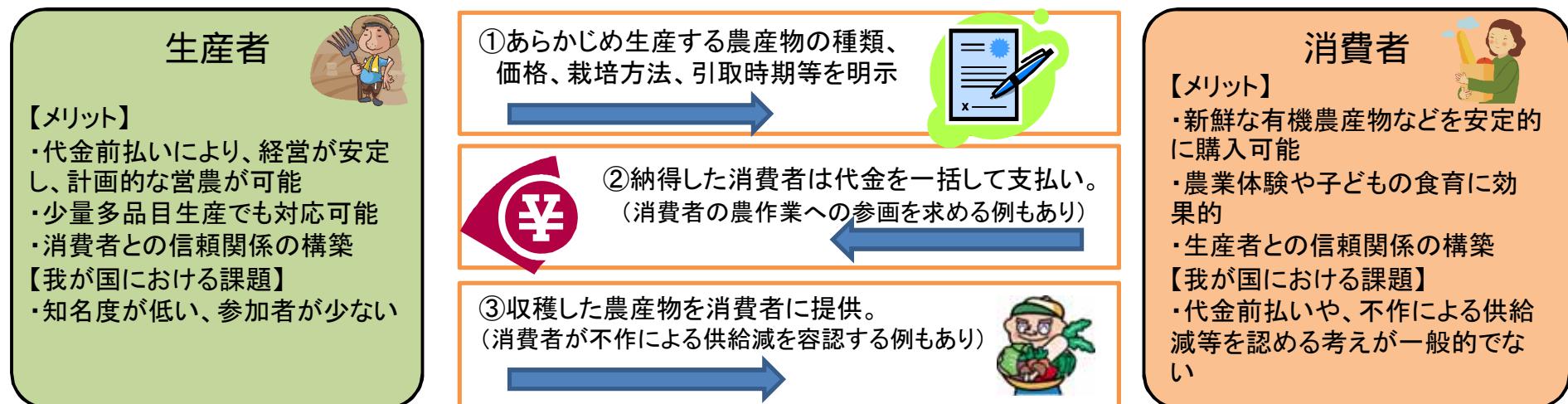


【参考】「地域支援型農業」(CSA)の概要

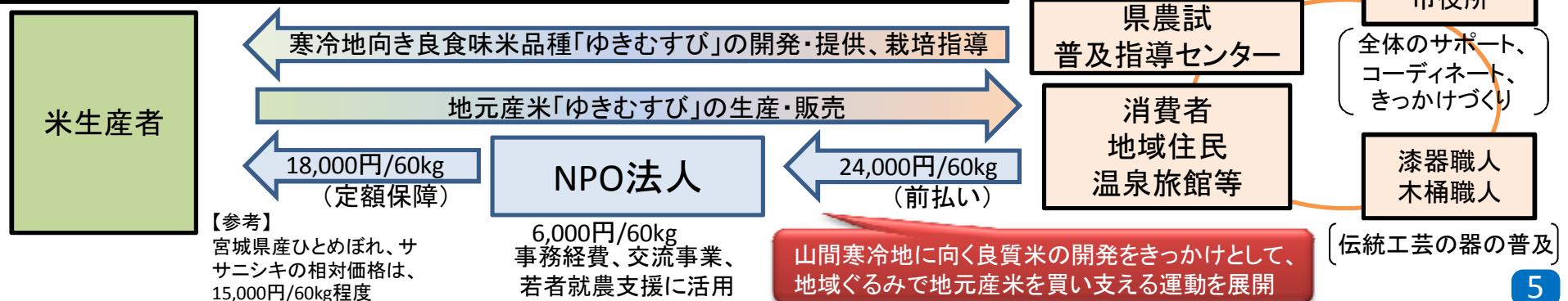
「地域支援型農業」(CSA)とは

特定の消費者が、生産者と農産物の種類、生産量、価格、分配方法等について、代金前払い契約を結ぶ農業のこと。地域が支える新たな農業の一形態として注目されている。我が国では少数の農家が取り組んでいる段階。
(CSA : Community Supported Agriculture)

「地域支援型農業」の仕組み(例)



消費者が地元産米を高く買い支え、地域活性化に結び付けている事例 (「鳴子の米プロジェクト」(宮城県大崎市))



「農」を支える新たな連携 (耕作放棄地解消等に向けたNPO・企業等との連携)

- NPO・企業等が生産者団体等と連携し、人手不足の中山間地等で耕作放棄地を解消する動きが広がりを見せている。企業側にとってもCSR活動や社員教育として活用できるメリットもある。

企業と連携して耕作放棄地解消

- ・山梨県北杜市とNPO法人「えがおつなげて」は、企業との連携による耕作放棄地活用を仕組みとして構築し、北杜市内の耕作放棄地650haの活用を目指している。
- ・企業・団体と耕作放棄地のマッチングの機会の提供や、イベントの開催等により、農村での企業CSR活動、人材育成、安全安心な農産物の直接調達を支援しつつ、耕作放棄地を解消。
- ・同NPO法人と提携した三菱地所は、CSR活動や社員教育の意味も兼ねて、耕作放棄地に社員がくわを入れ、農場を開設。さらに、社員だけでなく、同社グループが管理するマンションの住民らを対象に、農作業体験ツアーを企画、米や大豆づくりを実施。



(農作業の様子)

メーカーの支援による耕作放棄地解消

- ・クボタグループは、農機ディーラーや、全国農業会議所・全国農業改良普及支援協会など第三者機関との連携により日本農業活性化を支援する「クボタeプロジェクト」を展開。
- ・耕作放棄地再生支援として、農地への復元整備(草刈り・耕うん整地など)と作物栽培作業(播種・中間管理・収穫など)の一部を、農業機械作業での応援を通じて支援。21年度は21県27カ所(農地は平均で1ha)で実施。
- ・その他、農育支援、農産物等のPR支援、バイオ作物の栽培等による環境保全、環境美化活動等による地域貢献等の取り組みも行っている。



(再生の様子)

若者の定住で中山間地を再生

- ・「日本再発進！若者よ田舎をめざそうプロジェクト」は、豊田市、東京大学、民間会社が連携し、全国から募集した若者を中山間地に定住させ、農業をしながら過疎農山村再生の取組を実施。
- ・ふるさと雇用再生特別資金を活用し、市が民間会社に中山間地域活性化事業を委託。地域で農業を行う若者10人は民間会社の正社員(3年間月給15万円)となり、地域住民から耕作放棄地を借りて、無農薬で野菜等を栽培。
- ・生産した農産物を直接都市部住民に届ける流通・販売ルートを形成。地域の行事にも積極的に参加し、地域活性化に貢献。農村コーディネータの先駆けを目指す。



(耕作予定地)

企業によるボランティア農作業支援

- ・青森県は、県内外の企業に呼びかけ、21年度から農山村地域でのCSR(社会貢献)活動を展開。
- ・みちのく銀行や東京海上日動火災保険など県内外の企業7社の社員のべ87名がむつ市のワイン専用園など9地区を訪問し、収穫作業などを支援。
- ・企業側は、「農業を理解できた」、「今後も継続して支援ていきたい」、受入側は「たいへん助かった」、「交流を継続ていきたい」、「企業のノウハウを経営に活かしたい」、など好評。
- ・22年度も実施し、取組の定着と自発的な交流の拡大を図る。



(ワイン専用園での作業の様子)

「農」を支える新たな連携 (農業・農村の6次産業化に向けた多様な連携)

- 生産者が企業や大学等と連携し、連携先の有するノウハウ・技術を効果的に活用しつつ、6次産業化に向けた新たな取組を展開する動きが現れている。

6次産業化による地場産麦の生産拡大

- ・小麦生産者、JA、地元行政、2次加工業者、流通業者の他、サポーターとなる消費者が連携して、栃木県産小麦を応援する「麦わらぼうしの会」を結成。
- ・明治大学、宇都宮大学と地元製粉企業笠原産業が、(独)農研機構が開発した強力粉品種「タマイズミ」等を活用して、ラーメン等の国产小麦では難しい商品を開発し、生産者に増産の機会を提供。
- ・商品の売上高は平成14年度の50万円から平成18年度には7,000万円に増加。



(栃木県産小麦100%使用の商品)

6次産業化に向けた生産者の連携

- ・宇畠牧場(千葉県旭市)が事業多角化のため、生乳を加工・販売したジェラート製造について、普及指導センターや事業者の協力を得て、先進地の視察や製造技術の習得を重ね、平成9年に「ホームオブマザーズ」を設立し、生乳の鮮度と原材料にこだわったジェラートを240種類販売。



(ジェラート工房「ホームオブマザーズ」)

- ・牧場経営とは別に、店舗やネット等による販売により、年間売上高2,000万円を確保。
- ・店長である妻と製菓学校卒業した娘が、本場イタリアのジェラートコンテストに参加・出展するなど向上心も旺盛。

ホームセンターとの連携による生産者の経営向上

- ・農業資材を販売するホームセンターコメリでは、普及指導センターOBや農協OBを農業アドバイザーとして雇用し、資材の選択や現場での使用法についてのアドバイスを店舗で行う取組を拡大中。
- ・農家を対象に、まとまった収入のある収穫期に、一括払いできる「アグリカード」を発行し、農家の経営向上を支援。発行枚数の累計は約3万枚。
- ・利用農家が生産した農産物をインターネットで販売するサイトを開設し、販売面でも経営向上を支援。登録農家数は約500名。



(コメリの店舗)

ファンド会社の連携による生産者の資金調達の円滑化

- ・ぶつた農産は、投資ファンドを運営する会社と連携して、個人が小口で農業者に直接出資できる農業ファンドを立ち上げ、個人・消費者に農業生産に必要な資金(一口5万円)の拠出を募り、苗や肥料等を購入し、米生産過程を消費者と共有する仕組みを提案。
- ・ファンドの分配は、米の収穫量と売上高に応じて、金銭と米で分配されており、収量と販売価格を基とした期間利回りは最高5%。元本保証はせず、元本を下回った場合はその一部を米で支払い。出資募集額は約1,000万円。
- ・その他、特典として出資者に対して、田植えと収穫への参加、一口当たり米1.5キロの無料送付、米の割引購入券の送付といったメリットを措置。



(ファンド特典の田植え体験をする出資者)

地域資源を活用した新たな連携の試み

- これまで活用されてこなかった地域資源を発掘し、福祉や教育等の関連機関と連携して、6次産業化を推進し、新たな付加価値を創出しようとする動きが芽生え始めている。このような新たな連携が、地域の雇用と所得の増加に繋がることが期待される。

社会福祉協議会や高校との連携

- ・「にんにく」の産地である香川県琴平町では、生食用に出荷できないものを加工向けにまわしているが、約7分の1の価格でしか販売できず、生産者の収入増加に繋がらないことが課題。
- ・県内の食品加工業者から、ガーリックオイル用として使用したいとの申し出があったことと、町社会福祉協議会から障害者の自立支援のための作業の申し出があったことから、町及びJAが中心になり、生産から加工・販売までの連携関係を構築。
- ・社会福祉協議会は、皮むき・スライス等の作業を請け負い、ラベルのデザイン等では、県立善通寺第一高等学校デザイン科の協力を得て、ガーリックオイル「ガアリック娘」を商品化。
- ・町観光協会の協力により、町内の土産物店やホテル等で販売するほか、東京のアンテナショップ等でも販売を行い、琴平町「にんにく」のブランド化の推進に貢献。
- ・町内の住民の中には、地域への社会貢献の一環として継続的に商品を購入する方も多い。



(生食用と加工用の選別作業の様子)



(ガアリック娘)

大学を中心とした地域活性化の取組

- ・オーストラリアの国鳥である「エミュー」は、先住民アボリジニーが「神の鳥」としてあがめ・共生してきた歴史があり、食肉としてのほか、脂肪を常備薬等として活用。日本には、約20年前に導入。
- ・北海道オホツク地方の農業では、畑作中心の生産者の冬期の雇用対策や、一部地域における地力低下等への対応が課題。
- ・東京農業大学生物産業学部(網走市)では、このような課題への対応と地域活性化を図るための新たな地域資源として、この「エミュー」に注目。教員と学生、地域住民により発足した(株)東京農大バイオインダストリーが生産から加工・販売までの連携・産業化を推進。
- ・市内の飲食店では、「エミュー」を使用したカレーや寿司等を提供するほか、菓子や化粧品等に加工・販売。また、皮や卵の殻は、バッグや工芸品等の原材料として利用。
- ・さらに、「ふれあい牧場」として観光牧場を展開するほか、「エミュー」が非常に穏やかな性格であることから、幼稚園児の体験学習の場としても活用。
- ・今後、生産拡大に向けた供給体制の確立や生産者との連携強化等が課題。



(エミューの飼育の様子)

農業・農村を応援しようとする多様な取組

- これまで農業・農村との関わりが少なかった者が、農の魅力や意義について理解・共感を持ち、農業・農村を活性化する新たな原動力となって、積極的に活躍する動きが現れてきている。

新たな力による農業のイメージチェンジ

- 「ノギャル」プロジェクトは、元マーケティング会社社長の藤田志穂氏が発起人となり、若者が食や農業に興味を持つきっかけ作りのために、21年1月から始まったもの。
- 農家の手ほどきを受けながら秋田県大潟村で米作りに挑戦、「シブヤ米」を収穫し商品化。また、畑作にも挑戦し、親子が一緒に参加できる野菜収穫ツアーを実施。
- さらにアパレルメーカー・農家・ファッショニストの協力を得て、機能面を追及したおしゃれな農作業着作りも手がける。



(農作業に出るノギャルたち)



国産食材を使っているお店を応援する取組

- 地元の食材を使った料理が食べられる店の目印として緑提灯を掲げる取組が、17年1月より民間活動として始められた。
- 「地場産品応援の店」と書かれた緑色の提灯には星印が描かれており、国産品の使用割合に応じて星の数を付ける。
- 緑提灯を掲げる店は2,593店（22年2月現在）で、精進料理を出す寺や食育活動をしている保育園も参加しており、枠にとらわれない取組に広がっている。
- これらの店は、赤提灯と緑提灯のお店が並んでいたら、ためらわず緑提灯の店に入る「緑提灯応援隊」によって応援されている。



Jリーグチームによる農業活動

- 浦和レッズが運営するレッズランドでは、スポーツだけでなく、"地球にやさしく"自然とふれあえるアグリフィールドを2005年から展開。
- 5年目となるアグリフィールド2009は、さつまいも、トウモロコシの栽培過程を楽しむことに加えて、「エコ」をキーワードに"ゴミの減量化"と"リサイクル"を大きなテーマとして実施。収穫際には337名が参加。
- コンサドーレ札幌では、選手が農作業を行うことで、子どもたちが食べ物の有りがたみや関心を強めてくれることを目的に、コンサドー農園（コンサドーファーム）を開園し、JA北海道と協力して馬鈴薯やスイートコーンを栽培。



(アグリフィールドでの作業の様子)

農業にかかわりを持つ大学教育

- 早稲田大学では、講義、田植え・稻刈りの作業、夏場の数日の農家泊作業を組み合わせた「農山村体験実習」の授業を実施。
- 生まれて以来触れる機会のない都会の学生に農山村との接触の機会を提供し、現代の農業・農村問題や農山村のあり方を考えさせる。
- 耕作放棄地の復活活動や、さらに多くの学生が連続的に農村に入ることで、草刈りや山の枝打ち・下草刈りなど、多人数で活動できる場を広げ、地域に関わる活動の拡大を目指す。



(実習の様子)

地域や住民が協働する「農」を支える取組

- 都市農業の振興や地元商店の活性化といった観点から、地産地消の推進や「食」の循環の仕組みの中で、地域や住民が「食」を通じた「農」への理解と参加をする取組が行われている。

都市部での地域循環型の連携

- ・横浜市都筑区は、市内で最も農家数の多い地域である一方、人口増加率も最も高く、近年、大規模な商業施設が相次ぐ地域。
- ・これに不安を抱える地元飲食店が協力して、生産者と消費者の架け橋となることを目指し、「都筑フードネット」を発足。地場野菜を生産する「都筑ファーム」等と連携して、直接販売やメニュー提供等を担う。

【野菜の配達を酒店が仲介する仕組み】



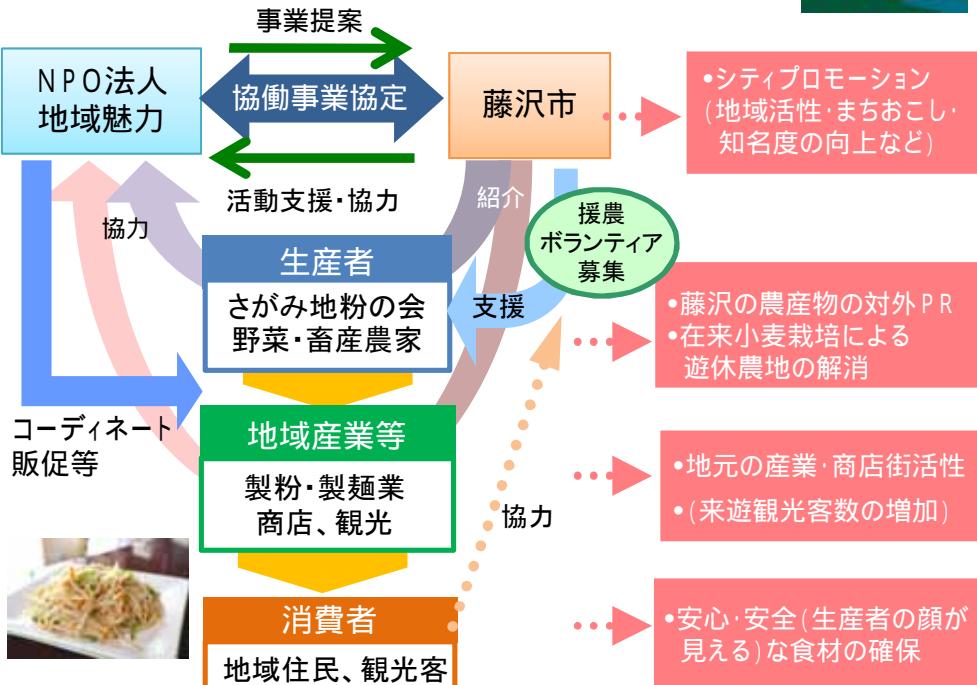
- ・横浜市は、家庭から出る燃やすごみの約4割を占める生ごみを分別回収して堆肥化する実証実験「G30生ごみマイスター事業」を平成20年度から行っており、現在約390世帯が参加。
- ・堆肥は「都筑ファーム」で活用され、野菜は地域で消費されるという、地域循環型の連携関係を構築。なお、今年度から、生ごみをバイオガス化して活用する実証実験も実施。



NPO法人と行政が連携した地域活性化の取組

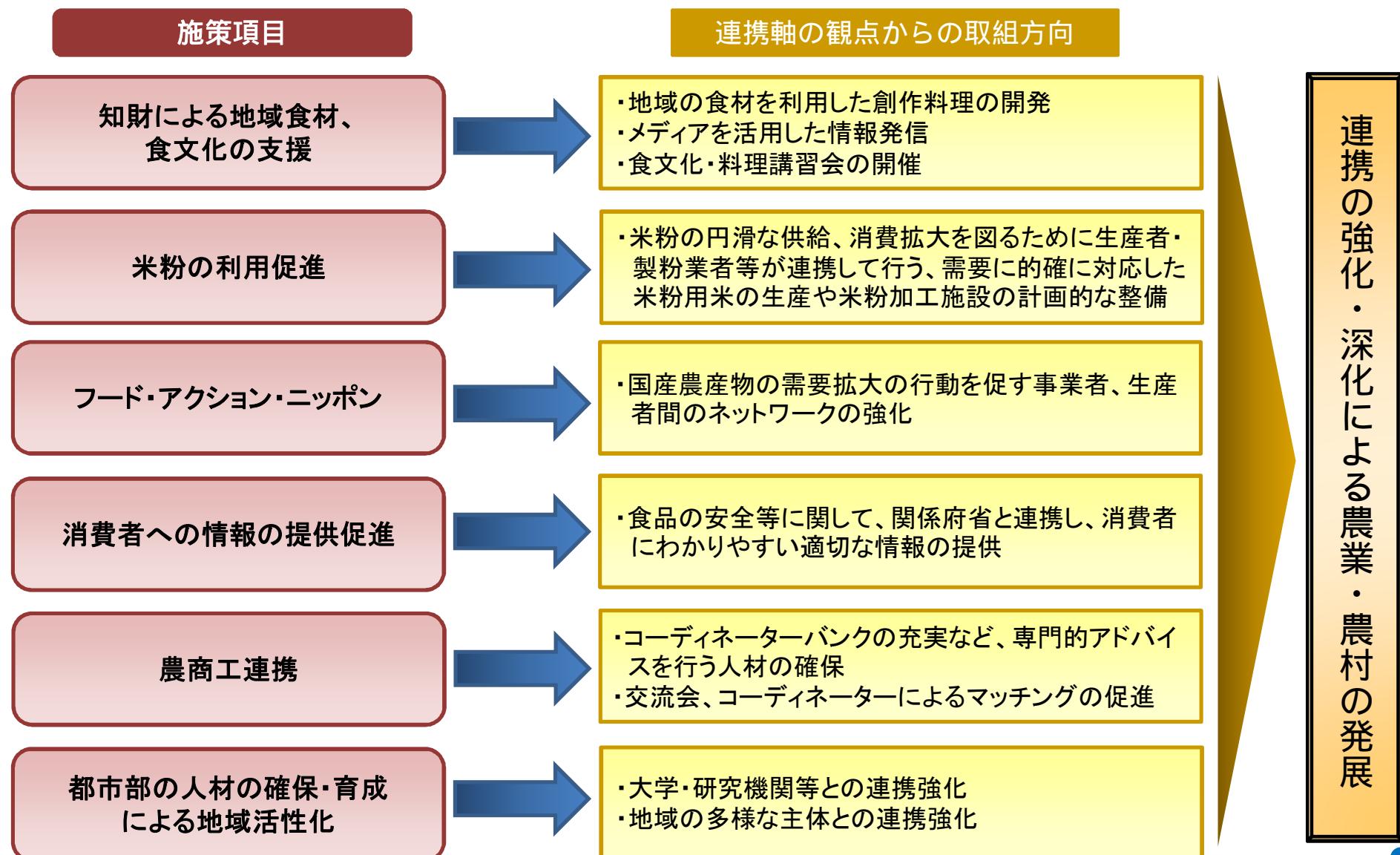
- ・藤沢市、市民、企業、大学のコラボレーション組織として設立したNPO法人「地域魅力」が藤沢市と協働で行ったプロジェクトで、藤沢産の小麦や野菜、神奈川県産の豚肉を使った「藤沢炒麵」(ちゃーめん)の商品化を通じて、6次産業化による町おこし、生産者との交流を実践。

- ・商品化や販路開拓のノウハウを持たない生産者に対して、自らも費用負担をして、商品化に向けたコーディネートやプロモーション活動を実施。



連携軸の構築を推進する上での課題と対応(当面の取組の例)

- 連携軸に関して既に行われている取組については、連携による相互のメリットの拡大、連携の自立化が図られるよう、施策のあり方を改善し、6次産業化や更なる販路の開拓、地域の活性化等へつなげていくことが必要。



【参考】消費者の社会貢献に応える「国産ポイント」の仕組み

○ 国産農産物を消費することは、食料自給率の向上のみならず、地域活性化や国土保全、食料安全保障の確保等の面で社会貢献につながる。このような消費者の社会貢献に応え、国産農産物の継続的な消費を喚起する仕組みとして、「国産ポイント」の仕組みが期待される。

「国産ポイント」の仕組み

消費者

**生産者団体
食品関連企業**



国産農産物を購入

〔「ポイント」制度により、国産農産物の継続的な消費を喚起〕



「国産ポイント」を交付

〔国産農産物の購入により、地域活性化やフードマイレージの削減等の社会貢献をしたことに対する報酬として交付〕



集めた「国産ポイント」を使用

〔消費者がポイントを「使う」ために店舗やサイトに再度アクセスする効果〕

商品・サービスを提供

〔地域の特産物や農家民宿での割引特典のほか、地域への寄付の機会等を提供することで、再度社会貢献の機会〕

平成21年度実証実験の概要

FOOD ACTION NIPPON

流通事業者

東急ストア、ダイエー、イトーヨーカドー

生産者団体

J A 全農かながわ、J A 全農ちば、J A グループ熊本

自治体

神奈川県、千葉県、熊本県

食品メーカー

エバラ食品工業株式会社、キューピー株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社ミツカン

平成21年度は、[2010年1月～2月末](#)の間、東京・神奈川・千葉・埼玉の[スーパー80店舗](#)にて取組を実施。
流通事業者、生産者団体等多様な企業・団体等が連携して実施。国は仕組みづくりを支援し、効果を実証・分析。

連携軸の構築を推進する上での課題と対応(新たに対応すべき取組)

- 一方、連携軸の構築には双方の主体に何らかの負担が伴うものであること、先進的な取組が点的なレベルにとどまり全国的な認知度が低いこと、双方をマッチングするコーディネーターが不足していることなどから、今後、連携軸の構築を本格的に推進するための情報発信や条件整備が課題。

連携軸の構築に向けた課題と対応方向

