

オーガニックビレッジ事業の鍵 ～地域活性×農業の視点

有限会社コートヤード
代表取締役 新田美砂子



Sustainable Good Food Consulting

新田美砂子 (にったみさこ)

HP <https://courtyard.co.jp>



有限会社コートヤード 代表取締役

農産物プロデューサー

オーガニックプロデューサー

法政大学大学院 イノベーションマネジメント学科卒(経営管理修士)

城西国際大学 経営情報学部 環境社会学部 元講師

ワークショップデザイナー(ワークショップの専門家) 日本野菜ソムリエ協会講師

千葉県「食のちば逸品」審査員 オーガニック・エコ農産物ネットワーク(オリパラ) 元幹事 他

(主な事業) ～畑と食卓を繋ぐ～

・農産物・地域産品のプロデュース

商品開発・ブランディング・マーケティングなどの支援、メニュー開発

・農や食のワークショップ企画・運営(食育)、農産物のマーケティング研修など

オーガニックビレッジ事業

農林水産省は、みどりの食料システム戦略を踏まえ、有機農業に地域ぐるみで取り組む産地（オーガニックビレッジ）の創出に取り組む市町村の支援に取り組んでいる。

オーガニックビレッジとは、有機農業の生産から消費まで一貫し、農業者のみならず事業者や地域内外の住民を巻き込んだ地域ぐるみの取組を進める市町村のことをいい、

農林水産省としては、このような先進的なモデル地区を順次創出し、横展開を図っていく考え。



「オーガニックビレッジ」事業の特徴

単なる農業政策ではない

農業政策

有機農業推進



地域政策

地域活性

「持続可能な農と食を創る地域作りの取組み」

ビレッジ事業の3つのパターン

■ 生産者・行政一体型



消費者



加工・流通・飲食

■ 生産者主導型



■ 行政主導型



歴史・背景・状況はそれぞれ異なる

- 環境保全型農業への取り組み方の取組みや歴史がある
- 地域内の消費者や加工・流通・飲食業者との関係性
- 有機農業者は世代によって考え方がかなり異なる

同じパターンでも、それぞれの市町村は異なる



単に成功事例の横展開をすれば上手くいくワケではない

さらに

地域コミュニティの希薄化

農業を中心とした地域共同体



- ・生活様式の変化(働き方、生活インフラの変化)
- ・人口構造の変動(人口減少と少子高齢化)
- ・価値観の多様さ(個の重視、人間関係の変化)



地域内の繋がりが希薄化・孤立化

農業と地域の繋がりは必要

農地・水路の維持は農家だけの問題ではない



オーガニックビレッジは「地域ぐるみの事業」



生産・流通・消費の連携基盤作り



地域内の新しい繋がりの構築の必要性

これまでの事業との違い

単なる農業政策ではない・・・

地域活性 × 農業で考えなければならない・・・

生産者主導ではなく行政主導・・・



オーガニックビレッジ事業を どう進めればいいのか・・・



行政関係者

有機栽培は、手間ばかりかかって無理。
なぜ、それを推進するのか・・・

機械や資材とか、
直接的なお金をくれるんじゃないのか・・・

俺は俺のやり方があるから・・・



慣行農業者



有機農業者

有機農業者って、この町のどこにいるのかしら？

このあたりでは有機農産物はほぼ見ないし、
どこで売っているのかも知らないです・・・



地域住民

有機農業に関する 心理的なハードルはかなり高い



新しい取り組みを推進するためのポイント

心理的なハードルを下げる



- × 魅力的なアイデアやサービスをアピール
- 抵抗を減らすアプローチの方が、効率的で低コスト



心理的な反発や抵抗が減る

心理的な抵抗を減らす方法

- 「理解」→「共感」→「行動」の流れを作る
- 「やり方」や「仕組み」を変える

弊社の主な支援内容

人と人を繋ぎ、人の意識を変え、有機農業の産地づくりを支援



- 「地域内の有機農業への理解促進」
- 「慣行から有機への転換の促進」

山形県東置賜郡川西町、千葉県成田市、島根県邑南町などを支援

特に、川西町は3年間アドバイザーとして事業全体の支援を行ってきた

川西町 3年間のオーガニックビレッジ事業結果

有機農業を新たに手掛ける人が7名

(水稲、大豆の有機転換)



- ・若手農家のネットワークが産まれた
(有機に興味関心がある慣行 & 有機農業者) → 情報交換、勉強会など
- ・行政担当職員のマインドの変化 → 積極的な生産者支援
- ・住民の関心が少しずつ高まった → 学校給食・食育活動
マルシェなど

最初にいきなり挫折しました・・・

- 行政側スタッフは、何をどうしてよいかわからない・・・

何をどう支援すればいいの??

- 地域内の有機農業の現状をリサーチ

行政が現状把握できていない・・・

現状分析できない、、、

- 既存の有機農業者(70代中心)に協力打診

ほぼ興味なし💧💧



でも、どうにかしなければ・・・

目標設定と2つの戦略

2つの目標設定

1. 有機農業の従事者と面積の拡大

- ・従事者を増やす

「新規就農者」or「慣行生産者の転換」 → 「慣行からの転換」

- ・面積を拡大する

「既存有機農業者の面積拡大」or「慣行から有機転換」

→ 「慣行から有機転換」



慣行農業生産者の「有機転換」を促進するための戦略が必要

2. 地域内との繋がり強化

(消費者、加工・流通・飲食＋慣行農業者)

- ・有機農業との接点は、ほぼない
- ・有機農業について知らない、誤解されている
- ・有機農産物は地元でほとんど販売されていない



地域内で「有機農業への理解」を深めてもらうための戦略

目標達成のための2つの戦略

1. 有機転換を促進するための戦略

- ・有機農業への理解促進 → 専門家による説明、
有機農業の目的を明確化
- ・有機農産物のニーズを把握 → 「ニーズ」を肌で感じてもらう
- ・栽培技術の疑問を解決 → 有機栽培圃場見学、
地域の有機農業者との対話機会
有機JAS検査員の育成補助

2. 地域内で有機農業の理解を深めてもらうための戦略

- ・行政による一方的な事業説明でなく、きちんと理解してもらう
→ 「意見交換会」
- ・持続可能な農業を応援してもらう人を増やす
→ 「応援隊」「マルシェ」
- ・持続可能な社会に関心のある層を取り込む
→ 「高校や大学とのコラボ」

具体的な取り組み

対話の場（寄り合い）を創る、ネットワーク作りの機会を創る



置賜地域若手生産者のワークショップ（山形県主催）

農業の手法や考え方が違っても、
共感部分や共通課題を「見える化」して共有

（結果）

- ◆若手農業者同士の繋がりが産まれた、広がった
- ◆共通課題が見えて、慣行農業と有機農業者間の垣根が低くなった
- ◆地域内・周辺地域の現状や課題を知るきっかけになった

有機農業ってよくわからない・・・

理解を深める、思い込みや誤解を解く、共感の機会を創る



世界と日本の
オーガニック事情



周辺市町村の有機農業者の
事例発表



農業委員会ワークショップ
(有機JAS審査員による説明)



事業計画についての意見交換会

一般消費者、実需者、生産者向け事業説明＆意見交換会を実施、
慣行農業者への説明機会、情報提供、
有機JAS審査員資格の取得支援、有機農業の現状把握の機会など

(結果)

- ◆一般消費者、事業者などが、事業に協力的になった
- ◆有機栽培に挑戦してみたいという生産者が現れた

有機農産物は作っても売れないのでは？ 売り先がないと作れない・・・



スーパーマーケットトレードショー(幕張メッセ)に出展

有機農産物のニーズを体感する機会を創る

(結果)

- ◆生産者が実需者にアンケート(ヒアリング)を取ることで、
有機農産物のニーズを実感できた
- ◆予想以上にニーズがある事に驚き、
複数の生産者が有機米生産に興味を持った

有機栽培はよくわからないんだよね。 ちゃんと圃場を見た事ないし・・・

- ・置賜農業高校の高校生と地元生産者との合同研修会
- ・地域や近隣市町村の有機大豆・水稻の圃場の見学会
- ・若手農業者、農業関係者を有機JAS検査員として養成



「見る」「聞く」「触れる」体験の機会を創り、理解を深める

(結果)

◆具体的なイメージが沸いて、
有機大豆の生産を決めた生産者が現われた

有機大豆を作っても、 豆を買う人や食べる人が減少している・・・

山形県立米沢栄養大学の学生と川西町とのコラボで、
伝統野菜「紅大豆」を、若い人達にも食べてもらうための加工品開発



1年間紅大豆の調理特性や農産物のマーケティング
などを学びながら、商品開発



銀座山形県アンテナショップで販売



道の駅 米沢

伝統野菜の食文化の継承と新たな需要開拓

(結果)

- ◆SDGsに最も関心のある世代に
伝統野菜や有機農業への興味関心をもってもらう
機会となった
- ◆紅大豆生産者にとって、新たな販路が出来た

有機農業の産地づくり 5つのポイント

有機農業の産地づくり5つのポイント

1. 「目的」の明確化と共有
2. ゆるく繋がる
3. 本質的な課題を解決する
4. 地域内のつながりの構築
5. 機能する体制を整える

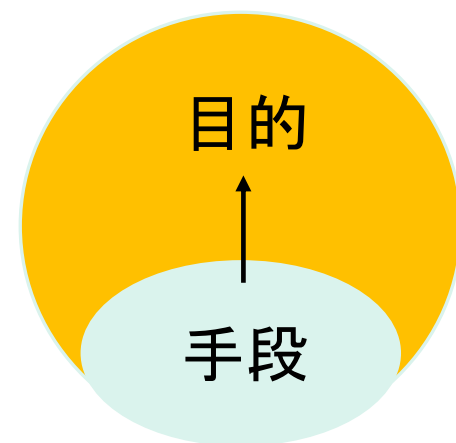


有機農業の産地づくりのポイント①

●「目的」の明確化と共有

* 何のために有機農業を推進するのか？

共通の目的を共有することで、対立を防いだり、関係者間の認識にズレが生じにくくなる



* 「手段」の違いでの対立、手段の目的化のリスク

慣行農法、有機農法、自然農法、バイオダイナミクス、BROF、アグロエコロジーなどの様々な農法は「手段」
学校給食も販路の一つなので「手段」

有機農業の産地づくりのポイント②

●ゆるく繋がる

* 新しい形の生産者ネットワーク作り

- ・有機農業者は地域内で意外とバラバラ、手法や考え方も多様。
- ・100%皆同じやり方・考え方で統制するのは不可能。
- ・有機に限らず農業者同士が共有できる部分を模索して、
ゆるく繋がる工夫をする

* 本音で話合える場を作る

従来の形式的な会議スタイルではなく、
ワークショップ(お酒なしの新しい寄合い)などで
忖度なく話し合う**機会**から共有点を見いだす



有機農業の産地づくりのポイント③

●本質的な課題を解決する

本質的な課題(適応的課題)

興味関心を持つ、
不安や誤解を取り除く
考え方ややり方を変えるきっかけ作り
ネットワーク作りなど

対話(ワークショップ)や実体験

技術的な課題(ノウハウ)

有機栽培技術を理解する
有機JASの仕組みを知る
経営指導、分析、販路の構築など

座学、書籍、動画、研修など

- ◆本質的な課題と、技術的な課題を整理して考える
- ◆自分から有機をやってみようというマインドになるような働きかけ
- ◆本質的な課題を解決した上で、ノウハウを伝えた方が結果が出やすい、
続きやすい(急がば回れ)

有機農業の産地づくりのポイント④

●地域内の繋がりの構築

- * 実需者や消費者と繋がるの機会の創出
- * 有機生産者や有機に関心ある人達だけで固まらない
 - ・潜在的顧客や仲間へアプローチ
 - 有機に関心のない人達(慣行生産者、事業者、住民)との接点の機会
 - ・「掛け算」→環境、教育、文化、スポーツなど地域振興との連携
- * 理解や協力を得やすい人達にアプローチする
 - ・価値観や行動変容がしやすい世代 → 若い人達
(成功体験のある世代は変わりにくい)
 - ・SDGsの関心度が高い層 → Z世代など



市の産業まつりに出展



市民向けイベント

有機農業の産地づくりのポイント⑤

●機能する体制を整える

* 活動しやすい協議会の構築

- ・地域内の関係者の名前を連ねて体裁を整えるだけでは機能しない

→ 柔軟なメンバー構成
フラットな関係性

- ・行政の継続的な後方支援の仕組み作り

- ・必要に応じて実働部隊(ワーキンググループ)を作る(役割の明確化)

* 行政内での連携

有機農業担当部署 × 農業委員会

有機農業担当部署 × 福祉・教育

有機農業担当部署 × 経済

有機農業担当部署 × 環境

まとめ

●地域の特色を活かした産地づくり

有機農業の歴史や背景は産地によって異なるので、
他地域をただ模倣するのではなく、その土地の特色を活かす

●新しい時代の新しい関係性の構築

生産者・実需者・消費者すべての「意識変化」×「行動変容」が必要

意識や行動が変わるには時間・労力がかかる
無理せずできることから取り組む

地道で中長期的な支援の必要性

人が変われば、地域は変わる

「理解」

「共感」

「関係性構築」

事業期間の数年で出来ることはわずか。

「補助金が終わったら終わり」にしたくない・・・

持続可能な「地域活性 × 農業」の取組みの

「下地作りのチャンス」として有効活用して欲しい

弊社の支援内容

＊事業計画策定の支援

＊具体的な事業への支援の企画・運営支援

- ・事業内容の企画・運営支援
- ・協議会会合への参加（オブザーバーとして）
- ・ワークショップ型ミーティングの運営（企画、運営、ファシリテーター）
- ・講演
- ・マルシェ、農業フェアなどのイベントの企画・運営
- ・展示会プロデュース
- ・商品開発（企画から開発までのトータル支援、OEM、販促、輸出支援）など



終