



## 福井県美浜町興道寺から 西野 顕樹

日本海に面する福井県美浜町，山際に位置する興道寺において米農家を営んでおります西野と申します。本年4月1日より駐村研究員を任せられることになりました。任命されたきっかけは，全国環境保全型農業推進会議が主催します昨年度の環境保全型農業推進コンクールにて大賞農林水産大臣賞を受賞したことだと認識しております。

当方あくり弥幾ではお米の直接販売を中心に野菜を多品目栽培し，地域ブランドである二州大根を生産してきました。私は1998年に就農しましたが，経営面積は3年経過する頃には当初の2倍まで到達しました。また，健全な家族経営を目指すべく母親を中心とした加工業にも進出することになりました。平成13年に漬物製造業免許，翌14年に菓子製造業の免許を取得し，現在大根・白菜の漬物と御餅を中心とした菓子類を製造販売しております。本年16年の作付面積は稲コシヒカリ575 a，ハナエチゼン262 a，ひとめぼれ248 a，モチ90 aとなり野菜類は秋作大根50 a白菜10 aと予定しております。加工に使用する主な原材料は自家生産であり，その量を超えてまでの加工品の製造は現在考えておりません。労働人員は私・両親・妻・祖母の5人が実働にあたりますが，妻は子育て等の家事を抱え，祖母は86歳の高齢であるため，二人合わせて一人とみなし，実質は4人で作業に従事しています。この他に，餅製造時に軽作業を行う近隣在住の臨時従業員を計10日間ほど雇用しています。家族間での役割は，長年の作業により細分化され個人の能力が発揮しやすい環境下になりつつあると実感しています。年齢や地域での役割等を考慮し現在の役割分担に辿り着きました。ただ，全員が1年経過するたびに年齢を1つ重ねる訳ですから，今後現況が変化することも考慮し，平成14年

からは，経営面積も拡大から現状維持・縮小傾向にあります。

私がおりますここ福井県美浜町でも農業情勢が大きく変化し，毎年のように岐路に立たされているような気がします。町単独ではなく広域による施策もあり農業に関する「すそ」の部分は広がっています。私共も農業者の先駆けとして，平成15年に美浜町の商工会と観光協会に同時に入会し，農業者として農政以外にどのようにして貢献出来るかを模索している段階であります。現段階では，やはり私共が作っている農作物と加工品は地元の産物であることを活かし，町内外・県外へと商品と共に美浜町を宣伝する位置付けにあるのではと考えております。近年では，近隣地域における販売量が格段に増加していることを常に実感出来る現状であります。また，循環型農業を目指し，美浜町では隣の三方町と協同して酪農家の家畜糞尿や家庭での生ゴミを再利用するための堆肥化施設をこの秋から稼働させ，両町の耕種農家に使用してもらうこととなります。私もこのような状況を見守り，地域において農業者が新しく貢献できる分野の開拓に努力しつつ，駐村研究員として課題に取り組んでいきたいと考えております。

(福井県美浜町・農業)

## 生協における産直に思う (自己紹介を兼ねて)

宮崎 利明

私はグリーンコープ連合の職員です。畜産関係と農産関係の両方を担当して17年位になります。

生協の産直に関していつも考えてきたことがあります。考えるといっても，どちらかといえばグリーンコープの産直をどのように説明しようか，どんな優位性があるのかということなのです。

最初は，グリーンコープの産直をどのように説明するか考えてきました。その上でよく考えてみたら，自分(グリーンコープ)の説明は，先ず他との比較で行なうことになるということです。

その中でいつも意識してきたのは生産者との関係です。関係の問題は密接に農業の継続の問題とも結びついています。

最近農業新聞を見ても日本生協連の報告を見ても「本当にそれで農業が続けられるの？」と思うことが多くなりました。そのように農業を取り巻く状況が厳しいということだと思います。

よくある記事は、「(都会の)消費者と生産者の交流で相互に理解が深まった」というような記事です。そのようなことが全くないとはいませんが、「経済的に裏打ちされた関係での取引と交流」がされない限り、少なくとも生産者にとっては“面白み”はないはずで。農協、もしくは自治体との関係で「動員」されたのだろうか、とも考えてみたりします。

生協の産直もややもするとそのような問題を抱えてしまうこととなります。

日本生協連で最近(2003年度)「第6回全国産直調査報告書」をまとめました。これによると産直比率(青果)が28%で前回4年前より9ポイント低下したということです。そのこともさることながら、この調査の中で触れられているのは「産直比率、商品・安全政策、産直政策、取り扱い品目数、地場野菜の活用、青果物の安全政策、組合員からの苦情・要望、商品開発・仕入、検品」などです。交流相手としての生産者には触れられていても、農業・生産者と産直を継続する、あるいは後継者がどうなっているかなどは全く触れられていません。生協でなくても、生産者と向き合って継続的に農業を続けてもらうことになれば、生産物の価格は原則として固定価格にすべきであると思うのですが、「価格決めをどうしているのか」という問いの答えの選択肢の中に「固定価格」というものはありません。なんかおかしくないでしょうか。

グリーンコープは産直が物の売買だけに目が行って生産者のことを忘れ去らないように、初心を忘れないように産直に取り組んできました。

グリーンコープの青果は、例えて言えば「300人の少人数消費者グループが青果を産直する」ように、極ありきたりな考え方、仕組みで運営しています。

例えば、300人の消費者グループの場合だったら、こうするだろう、あるいはこんなことはしないだろうというようなことを初心を忘れずに守っていくことを意味しています。

生産者との関係では、価格は季節毎に固定価格、農協の生産部会ではなく個人もしくは

グループとの取引で、当然ながら生産物には出来れば個人名、無理でも生産者グループの名前を表示するような関係にしています。そうすることで生産者の将来を考え、ずっと取引することを前提にしています。だから消費者は生産者のことを、生産者は消費者のことをもっと知りたいと考えることとなります。交流も「果物の収穫体験だけではなく、草とりや野菜の収穫などもする」こととなります。

出来るだけこの生産者の生産物を購入しようとするし、単品(人参だけ、ごぼうだけなど)の取引ではなく、生産者が作っている色々な物を取引することになっています。栽培のことも考え、数量を予約して、極力引き取ろうとします。

生産物に関しては、無農薬か減農薬のものをなるべく取引することになるし、できれば旬のものを取引しようとするようになります。そして、作柄が悪くて届けられない場合は、届けられないことも覚悟して仕組みを用意しています(市販品での代替をしない)。

一方で小さな消費者グループと生産者との関係が抱える問題点もあります。経過上の出荷既得権は生産者の努力の芽を摘んでしまうことになるでしょうし、単価は最初に取り決めたままである場合が多くなるでしょうし、出荷基準もだんだん甘くなってしまふことになるでしょう。それらの結果として「産直」が硬直してしまいがちになります。

グリーンコープの青果事業は以上のような「問題点」も解決しながら進む仕組みを持って「ありきたりの考え方、仕組み」を前提として、ありつづけたと考えてきました。

以上がグリーンコープの産直の根っこの考え方です。

これ以外で最近興味があるのは、直売所です。興味という意味では、「果たして農村活性化の切り札か?」という点です。そのような側面もあるかもしれませんが、地域(農村)の活性化という意味では専業農家の活性化がカギを握っていると思います。しかし、現在の直売所は兼業農家の小遣い稼ぎの側面が強いようにも思えます。このあたりに関しては異論もあると思いますので、どこかで議論できれば、とも思っています。

(福岡県福岡市、グリーンコープ連合)