

被災地域における農産物直売所を核にした地域再生の展望

平口, 嘉典 / Hiraguchi, Yoshinori

(出版者 / Publisher)

法政大学大原社会問題研究所

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

大原社会問題研究所雑誌 / 大原社会問題研究所雑誌

(巻 / Volume)

665

(開始ページ / Start Page)

8

(終了ページ / End Page)

19

(発行年 / Year)

2014-03-25

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00009709>

被災地域における 農産物直売所を核にした地域再生の展望

平口 嘉典

はじめに

- 1 震災前の陸前高田市の概況
- 2 震災後の直売所の状況
- 3 直売所4事例の比較
- 4 直売所出荷農家の状況
- 5 農産物直売所を核にした地域再生の課題と展望

はじめに

近年、農産物直売所（以下、直売所）の開設数は増加傾向にあり、2010年時点で全国に16,816箇所存在する⁽¹⁾。直売所の取り組みに代表されるローカル・フードシステムは、農産物の大量流通システムが背負う弊害を克服ないし緩和するオルタナティブな流通システムとして評価されてきた⁽²⁾。

東日本大震災の被災地域である岩手県陸前高田市においても、震災以前から直売所が存在し、市中心部と周辺農山村のヒト・モノ・カネをつなぐインターフェースの機能を果たし、地域農業の維持発展に大きく寄与してきた⁽³⁾。特に高齢農業者にとって、直売所は貴重な現金収入が得られる場であるだけでなく、直売所を介した生産・販売活動によって生きがい得られる場でもあった。しかし沿岸部の直売所は大津波によって全壊し、この機能が一時的に停止した。その後、仮設店舗での営業が再開されたものの、ローカル・フードシステムの再構築に向けて、課題が山積しているのが現状である。

本稿では、被災地域である陸前高田市を対象に、現存する直売所の取り組み状況と出荷農家の経営状況を把握し、ローカル・フードシステムの再構築に向けた課題を導出する。そして直売所を核にした地域再生の展望を述べる。

(1) 農林水産省『2010年世界農林業センサス』2012年、による。

(2) 櫻井（2011）p.3による。

(3) 平口（2012）p.91による。

1 震災前の陸前高田市の概況

岩手県陸前高田市は、県南部に位置し、宮城県と接する三陸沿岸部の地域である。市内8町（高田町、広田町、小友町、米崎町、気仙町、竹駒町、横田町、矢作町）のうち5町が海に面している。

震災前の市の概況を表1に示す。人口は23,300人、世帯数は7,785世帯、面積は23,229haである。市内純生産をみると、第1次産業では水産業の割合が高く、第2次産業では製造業、建設業が大部分を占めていた。農業産出額では鶏（ブロイラー）の割合が高く、米のほか、野菜（トマト等）、果実（リンゴ等）も生産されていた。沿岸部の一部の地域を除いて山がちな地形であるため、耕地に恵まれず、販売農家1戸あたり経営耕地面積は77aと狭小である。また耕作放棄地率⁽⁴⁾は36%と、県全体の12%と比して高い割合を示している。販売農家のうち、経営規模が1.0ha未満の農家が約8割、販売金額が50万円未満の農家が約8割存在し、大多数が零細規模であった⁽⁵⁾。

表1 震災前の陸前高田市の概況

人口 ⁱ⁾ (人)	23,300
世帯 ⁱ⁾ (世帯)	7,785
面積 ⁱⁱ⁾ (ha)	23,229
市内純生産 ^{1) iii)} (億円)	416
第1次産業	25
〈農業, 林業, 水産業〉	〈4.3, 4.2, 16.4〉
第2次産業	110
〈製造業, 建設業〉	〈62, 48〉
第3次産業	299
農業産出額 ^{2) iv)} (億円)	16.5
〈米, 野菜, 果実, 鶏〉	〈3.3, 1.9, 2.0, 7.7〉
総農家数 ^{v)} (戸)	1,679
販売農家数 ^{v)} (戸)	776
専業農家	171
第1種兼業農家	55
第2種兼業農家	550
経営耕地面積 ^{v)} (ha)	756
耕作放棄地面積 ^{v)} (ha)	426
販売農家1戸あたり 経営耕地面積 ^{v)} (a/戸)	77

資料：i) 総務省『平成22年国勢調査』2011年

ii) 陸前高田市『陸前高田市統計書 平成21年版』2010年

iii) 岩手県政策地域部『平成21年度岩手県民経済計算・市町村民所得年報』2012年

iv) 農林水産省『平成18年生産農業所得統計』2008年

v) 農林水産省『2010年世界農林業センサス』2012年

注1) 市内純生産とは、1年間に市内の各経済活動部門の生産活動によって新たに生み出された価値（付加価値）の総額（市総生産）から固定資本減耗を除いた額のことである。

2) 農業産出額とは、推計期間（2005年1月1日～12月31日）における市町村別の品目毎の生産数量に品目毎の農家庭先販売価格を乗じて求めたものである。

(4) 耕作放棄地率＝（耕作放棄地面積）／（耕作放棄地面積＋経営耕地面積）。

(5) 農林水産省『2010年世界農林業センサス』2012年、による。

こうした零細農家の農産物の出荷先として、直売所が重要な役割を担っており、大小あわせて7箇所存在した。なかでも最も売上高の高かった直売所は、T法人が運営するT直売であった。沿岸部（高田町）に位置し、市内の農業者90名で構成され、2010年度の売上高は1億2,700万円であった。

2 震災後の直売所の状況

2011年3月11日に来襲した大津波は、陸前高田市に甚大な被害をもたらした。震災による市内の死亡・行方不明者数は1,750人（市人口の8%）、被災世帯数は4,465世帯（市世帯の57%）に及んだ。商工関係の被災事業所数は604箇所、被害額は156億円であり、震災直後は多くの事業所で休業状態となった。農地の被害面積は383.3ha（田336.2、畑47.1）、被害額は77億円に及び、被害面積率（被害面積／耕地面積）は40%と高い割合であった。特に沿岸部には、比較的条件の良い大規模圃場が集中していたが、これらの多くが壊滅的な被害を受けた。また農業用施設の被害は772箇所、被害額は94億円にのぼり、パイプラインの断絶や農舎・機械庫の流失等の被害があった⁽⁶⁾。

直売所の被害状況では、市内7箇所のうち、6箇所が建物の流失・損壊等の被害を受けた。震災直後は被害を免れた1箇所のみが営業を再開したが、その後仮施設等による運営再開に加えて、新たに2つの直売所が開設され、市内の直売所数は震災前の7箇所よりも2箇所多い、9箇所に増加した。

以下では、経営規模（売上高、出荷農家数）の大きい4つの直売所（T直売、H直売、F直売、Y直売）について取り組み状況をみる⁽⁷⁾。それぞれの直売所の概況は表2に示す。

(1) T直売

T直売は、市内農家で構成されるT法人（農事組合法人）によって運営されていた。1995年の開業当初は任意組合によって運営されていたが、2001年に法人化を果たした。震災以前、T直売の組合員数は90名、年間売上高は1億2,700万円（2010年度）であり、組合員1名あたり販売額は141万円であった。直売施設は市内の道の駅に併設され、海産物や土産品とともに販売されていたため、地元客（陸前高田市、大船渡市、気仙沼市等）だけでなく、観光客の利用も多かった。

震災では津波の被害を受け、直売施設が全壊し、営業を休止した。組合員の被害では、約20名が津波による直接的な被害を受け、農地、農業施設、農業機械、家屋の一部または全部を失った。被害を受けた組合員のなかには比較的销售額の高かった組合員も含まれていた。また津波被害のなかった組合員も農産物の出荷先を失い、農業経営に大きな打撃を被った。震災後、被災等を理由に9名の組合員が脱退し、組合員数は81名に減少した。

(6) 以上、陸前高田市ホームページによる（2013年9月2日ダウンロード、URL：<http://www.city.rikuzentakata.iwate.jp/shinsai/shinsai-img/hazard1.pdf>）。

(7) 4つの直売所の取り組み状況については、それぞれ代表者へのヒアリング内容による。ヒアリングは、T、Y直売については2013年8月5日に、H、F直売については同年8月6日にそれぞれ実施した。

表2 直売所4事例の概況

	T直売	H直売	F直売	Y直売
設立年月	1995.7(2001.5法人化)	2011.5	2011.6	2007.4
組織形態	農事組合法人	任意組合	農事組合法人(2号法人)	任意組織
事業内容	農産物、農産加工品、水産加工品、土産品、エコープ商品の販売	農産物、加工品、土産品、調味料の販売	農産物、加工品、土産品、酒類の販売	農産物、農産加工品、土産品、菓子等の販売
組合員数 or会員数	正：81名 准：0名	正：11名 准：30名(業者含)	正：5名 准：41名	会員：49名
出資金	正：10万円、准：0円	正：25万円(現在5万円)、准：0円	正：1口1万円(10～20口)、准：0円	入会金3万円
建物、土地の 調達	建物：中小機構から無償借用、土地：市を介して私有地を借用	建物：組合所有、土地：組合員私有地を借用	建物：中小機構から無償借用、土地：市を介して組合員私有地を借用	建物、土地：いずれも市所有、指定管理者から直売スペースを借用
延べ床面積	194㎡	50㎡	100㎡(一部、別店舗を含む)	107㎡

資料：ヒアリングによる。

震災発生から約3ヶ月後、2011年6月26日に独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下、中小機構）の補助を受け、仮設店舗で営業を再開したが、震災前に比べて売上は低迷しており、2012年度の売上高は5,700万円と、震災前年度（2010年度）の半分にも達していない。売上低迷の主要因としては、農産物需要の減少、集荷量の低下、立地上の問題が挙げられる。震災により観光客が激減し、死亡・避難により市人口が減少⁽⁸⁾したことに加え、仮設住宅入居者への生活物資配布があったことも市内農産物需要を減少させた。また被災による休農・離農、新設直売所への出荷、組合員の高齢化により、集荷量の低下がみられる。さらに現在の仮設店舗の場所には十分な駐車スペースがないために大型バスが立ち寄れず、震災後に急増した外部の支援者やボランティアの誘客が難しいという立地上の問題も抱えている。

(2) H直売

震災発生から約2ヶ月後の2011年5月22日に、H直売が新設された。H直売は、市内農業者12名が自らの所得向上と地域の復興及び活性化を目的に結成したH組合（任意組合）によって運営されている⁽⁹⁾。組合員12名はいずれも震災による大きな被害がなかったため、震災後も営農を継続することができた。12名のうち、11名はT直売の組合員であったが、T直売の営業再開に先んじて活動を開始することとなった。なお12名のうち6名は、以前から春の七草を生産出荷する女性グループを組織しており、これがH組合の母体になっている。

(8) 2010年時の市人口は23,300人であったが、震災による死亡、他出等によって、2012年8月末時点で20,797人、2013年8月末時点で20,604人まで減少している（陸前高田市ホームページより）。これ以外にも住民票異動をおこなわず市外へ避難、他出している例もあり、実質的な居住人口はさらに少ないものとみられる。

(9) H組合の規約では、組合の目的は、「組合員自らの所得向上と陸前高田市及び気仙地区内の活性化を図り、復興にまい進する」ことと記されている。

2013年8月時点において、H組合は正組合員11名、准組合員30名で構成される。正組合員の出資金は1名当たり25万円と比較的高額であり、立ち上げ時の決意と意気込みをうかがうことができる。H直売の土地は組合員の私有地を借用し、整地、プレハブ店舗の調達、店内設備の導入等の設備投資はすべて自己資金でおこなっている。なお2011年9月に、市の補助金50万円を利用して、POSレジとパソコンを新たに導入している。2012年度の売上高は2,500万円である。

H直売は、ツイッター、フェイスブックといったソーシャルネットワークシステム（SNS）を通じて広く情報発信をおこなっている。そのためSNSで取り組みを知った人が地域外から訪れるだけでなく、SNSの交流がもとでホームページ作成の支援を受けたこともあり、地域外との新たな交流が生まれている。訪問客の中には、以前ボランティアとして陸前高田市を訪問したことのある人や、地元出身者だが震災で家族、親戚を失くして、心のよりどころを求めて訪ねてくる人もいる。また大学生のボランティア団体が複数来訪し、組合員と一緒にイベントを開催する等の取り組みもみられる。H直売では平均して月1回のペースでイベントを開催し、集客と地域のにぎわいづくりに努めている。

以上のように、H直売では地域内外の人の交流が活発におこなわれており、震災で傷ついた地域に憩いの場を提供している。

(3) F直売

震災から3ヶ月後の2011年6月20日に、F直売が新設された。F直売は、直売所開設と同時に市内農業者8名が立ち上げたF法人（農事組合法人）によって運営されている。F法人の設立目的は、震災後の農産物販売先を確保することと、被災や高齢化によって将来的に耕作放棄される農地を法人として引き受けて耕作することであった。そのため当初から農産物直売事業を展開するとともに、農業経営をおこなう農事組合法人（2号法人）⁽¹⁰⁾として設立された。正組合員は8名、うち5名はT直売の組合員であった。准組合員は、陸前高田市だけでなく近隣の大船渡市、住田町からも募り、計41名が加入したが、准組合員の約半数はT直売の組合員であった。

直売所開設にあたり、土地は組合員の私有地を借用し、土地造成、パイプハウスの調達、店内設備やPOSシステムの導入等の設備投資は、出資金に加えて、銀行からの借入金、市からの補助金（50万円）でまかかった。なお2012年9月には、中小機構の補助を受け、同じ敷地内の仮設店舗に移転した。2012年度の売上高は2,000万円である。

F直売は、市の中心部から外れた位置にあるために集客が難しく、売上確保に苦慮している。今後は直売所での販売だけでなく、近隣市町村への外交販売や、インターネットを通じた直接販売に取り組むことを計画している。

陸前高田市では、2013年6月に「北限のゆず研究会」が立ち上げられ、市内産ゆずのブランド化と加工販売が進められているが、研究会の発起人代表をF法人が担い、その運営に積極的に取り組んでいる。当研究会はF法人のほか、T法人、Y直売、市内の社会福祉法人が会員になっており、

(10) 農事組合法人は農業協同組合法によって規定され、農業生産の協業により共同の利益増進を目的とする法人であるが、同法第72条8項2号において農業経営を事業とすることが認められている。

サポーターとして県内の酒造会社や大船渡農業改良普及センター、大手通信会社、大手広告代理店等が参画している。さらに民間企業の復興支援プロジェクトにF法人を中心主体とする加工事業が採択され、2014年にはF直売に隣接する敷地に加工施設が建設される予定である。今後F直売では、ゆず加工を軸に、加工事業にも取り組む予定である。

（4）Y直売

Y直売は2007年4月、市内Y町の農業者49名で構成された任意組織によって開設された。直売施設は、市がY町に設置した総合交流促進施設の一角を間借りし、会員の余剰農産物を販売することを目的に直売活動が開始された。震災前の2010年度の売上高は4,500万円であった。

Y直売は市の内陸部に位置するため、津波の被害を免れた。Y直売の会員49名は、いずれもT直売の組合員ではなかったため、T直売の休業の影響は受けなかった。Y直売が設置されている交流促進施設には公衆トイレと休憩スペースが併設されており、駐車場には大型トラックやバスが駐車可能であったことから、震災直後から支援者・ボランティアの支援拠点となった。そのため、Y直売の利用客が急増し、2011年度の売上高は、1億1,200万円と、前年度の3倍弱にまで増大した。その後は、支援者やボランティアの訪問数の減少により、売上高は減少傾向にある。2012年度の売上高は7,800万円であり、2010年度の2倍弱程度に落ち着いている。売上高の内訳は、後述するように、会員の農産物や農産加工品の売上だけでなく、震災グッズや食料品等、業者からの仕入品の売上も多く含まれている。

Y直売では、今後の経営発展のために、新たに加工事業に取り組んでいる。2013年2月、内閣府の復興支援事業を利用して加工施設を新設した。今後は、加工施設を拠点に商品開発を進めて直売所の売りになる商品を生み出す意向である。

またY直売も先述の「北限のゆず研究会」の会員になっており、ゆずの集荷とゆずを使った菓子加工品づくりに積極的に取り組んでいる。

3 直売所4事例の比較

以上、直売所4事例の取り組みについて概観した。次に、4事例の売上高、客層、今後の経営方針について比較をおこなう。

（1）直売所4事例の震災前後の売上高比較

表3は、直売所4事例の震災前後の売上高を比較したものである。震災前年の2010年度の売上高は、T直売1億2,700万円、Y直売4,100万円、合計1億6,800万円である。震災後の2012年度では、T直売の売上高は10年度比で55%減の5,700万円に減少しており、T直売から分離したH、F直売の売上高とあわせても、1億200万円とT直売の10年度売上高には及ばない。一方、Y直売の売上高は10年度比で90%増の7,800万円に増加している。4直売の合計では、10年度比7%増の1億8,000万円となり、震災前よりもむしろ売上高が増加していることがわかる。

表3 震災前後の年間売上高の比較

(単位：万円，%)

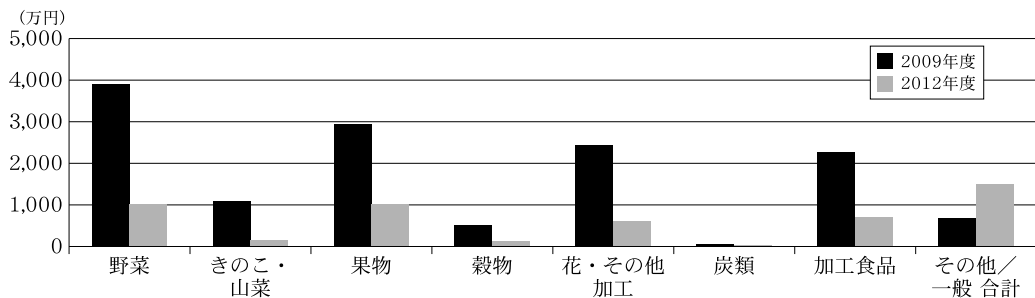
		T直売	H直売	F直売	Y直売	合計
2010年度 (震災前)	A	12,700 (76)	— (—)	— (—)	4,100 (34)	16,800 (100)
2012 (震災後)	B	5,700 (32)	2,500 (14)	2,000 (11)	7,800 (43)	18,000 (100)
2012-2010	B-A	△7,000	—	—	3,700	1,200
2012/2010	B/A	0.45	—	—	1.90	1.07

注：括弧内は割合（%）を示す。

震災後の売上高増加には、農産物販売の増加ではなく、震災グッズや食料品等の仕入品販売の増加が大きく寄与している。この点をみたのが図1，2である。

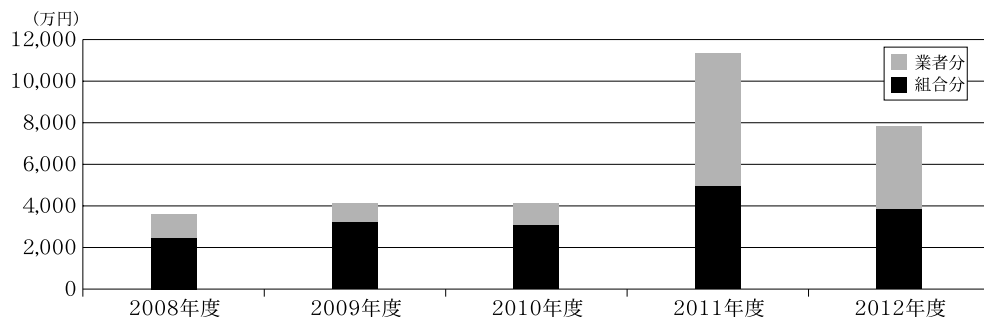
図1はT直売における震災前後の品目別売上高を比較したものである。仕入品は「その他/一般」に含まれるが、他の品目の売上高が大幅に減少するなか、「その他/一般」のみが増加している。2009年度では「その他/一般」の売上高は全体の5%（708万円）に過ぎなかったが、2012年度では全体の26%（1,475万円）に増加しており、仕入品売上高の割合が高まっていることがわかる。

図1 T直売における震災前後の品目別売上高比較 —2009，2012年度—



資料：T直売資料による。

図2 Y直売における震災前後の売上高推移 —2008～2012年度—



資料：Y直売資料による。

図2は図1と同様に、Y直売における震災前後の売上高の推移をみたものである。ここでは仕入品は「業者分」に含まれ、会員の農産物と加工品は「組合分」に含まれるが、2010年度から2011年度にかけて売上高が大幅に増加するとともに、業者分の割合が急激に高まっていることがわかる。2010年度では売上高4,100万円のうち、組合分72％、業者分28％の割合であったが、2012年度は売上高7,800万円のうち、組合分49％、業者分51％となっている。震災後の来客増にともない、会員の農産物・加工品出荷量の増加がみられたため、組合分の売上高にも増加がみられるが、業者分は売上高、割合ともに急激に増加している。

以上をまとめれば、震災後における4直売全体の売上高の増加は、震災前の主力商品であった農産物、農産加工品の売上高が全体的に増加したわけではなく、震災グッズ等の仕入品売上高の増加によるものであることがわかる。現状では、こうした震災需要が4直売全体の売上高を下支えしているが、今後、支援者やボランティア等の来訪者の減少によって震災需要が縮小することを考慮すれば、4直売全体の売上高が次第に減少していくと予想される。現に図2のとおり、Y直売では2011年度から12年度にかけて売上高の減少がみられる。今後どの程度の水準で売上維持を図るのかは、いずれの直売においても重要な経営課題となるであろう。

（2）直売4事例における現状の客層、取り込みたい客層と今後の経営方針

直売4事例における現状の客層、取り込みたい客層と今後の経営方針についてのヒアリング結果は表4に示される。これを見ると、いずれの直売でも市内や近隣市町村の客、特に年配者を客層としていることがわかる。これに加えてH、Y直売では震災を契機とした支援者、ボランティアの来訪がみられ、H直売ではSNSを通じた来客がある一方、Y直売では大型バスによる来訪で一度に大勢の来客がある。さらにH、Y直売では仮設住宅住民の利用もみられる。またF直売では、隣接する大船渡市に近い立地であるため、大船渡市からのリピーターを獲得している。

表4 直売4事例の客層と今後の経営方針

	T直売	H直売	F直売	Y直売
現状の客層	市内、近隣市町村の年配者が主	市内、近隣市町村の年配者が主 ボランティア、SNS利用者、地元帰省者、仮設住宅住民も利用	市内の多様な客 近隣市（大船渡）からのリピーター	支援者、ボランティアの団体利用 市内、近隣市町村の年配者 仮設住宅住民
取り込みたい客層	市内、近隣市町村の若年層	特になし（現状の客層を重視）	近隣市や大消費地の消費者（外交販売、インターネット販売）	高齢者（老人ホーム等からの訪問者） 近隣の日帰り観光客
今後の経営方針	新たな出荷者（正・准組合員）を募集する。 地元産農産物だけでは量が不足するため、産地間交流も検討。	農産物の集荷量確保のために准組合員を増やす。	近隣市や大消費地に販路はあるので、農産物の集荷量拡大のために法人による生産を本格化させる。加工にも取り組む。	農産物の集荷量確保のために、会員の拡充、産地間交流、直売組織の生産法人化も視野に入れて検討。加工にも取り組む。

資料：ヒアリングによる。

対して、取り込みたい客層についてみると、T直売では、市内、近隣の若年層を挙げており、そのための店づくりを課題としている。H直売は、客層を広げることはせず、現状の地元客層を重視している。F直売では近隣市や大消費地の消費者を挙げ、外交販売やインターネット販売によって新たな顧客の獲得を目指している。またY直売では老人ホーム等から団体で訪れる高齢者や近隣の日帰り観光客を挙げている。

このように現状の客層では地元客が主であるという共通点がみられるものの、直売ごとに異なる客層をもち、さらに取り込みたい客層では、それぞれが異なるターゲットを設定しており、直売ごとに独自性がみられることがわかる。

今後の経営方針では、いずれの直売でも農産物の集荷量の確保に課題をもち、これに対応するために、新たな生産者の募集や法人としての生産拡大、産地間交流をおこなう方針である。震災後、T直売からH、F直売が分離したために、農産物の出荷先が分散していることに加え、被災や高齢化により農家の生産力が低下しており、いずれの直売でも集荷量確保が難しい状態になっている。またF、Y直売では、農産物販売だけでなく、ゆず等の地元産の農産物を活用した農産加工にも取り組む方針である。

4 直売所出荷農家の状況

ここまで直売4事例の取り組み状況をみてきたが、次に直売出荷農家の農業経営状況についてみてみたい。ここでは、市内の中山間地域A地区で農業生産をおこない、T直売に出荷している7戸の農家を例にとる。

A地区は海岸から十数キロの山間部に位置し、直接的な津波被害を免れた地域である。人口364人、世帯数113世帯、65歳以上割合が42.3%と高齢化の進む地域である⁽¹¹⁾。総農家数は85戸、うち専業農家10戸、兼業農家75戸と兼業化が進展しており、農家1戸あたりの経営耕地面積は60a/戸と零細規模の農家が大宗を占める⁽¹²⁾。

表5にはA地区におけるT直売出荷農家7戸の経営概況が記されている。農業従事者数は平均2.1人、主たる農業従事者の平均年齢は69.4歳と高齢化が進展しており、7戸中4戸で後継者が無しの状況である。2010年度におけるT直売での売上高は平均88.3万円/戸であり、T直売のなかでも比較的売上高の低い農家が多くみられる。

震災後の2012年度におけるT直売での売上高は平均60.2万円/戸と、いずれの農家も震災前に比べて減少していることがわかる。この要因としては、T直売全体の売上高低迷の影響、T直売以外の直売への出荷によるT直売出荷量の減少⁽¹³⁾に加え、農業者の高齢化による生産・出荷量の低下が挙げられる。

今後の営農方針では、3戸が現状維持、3戸が規模縮小の意向を示している。先述のとおり、震災以前のT直売は、市内のヒト・モノ・カネをつなぐインターフェースの機能を果たしており、T

(11) 以上、陸前高田市『陸前高田市統計書 平成21年版』2010年、による。

(12) 以上、農林水産省『2010年世界農林業センサス』2012年、による。

(13) 例えば農家iiは、震災後F直売にも出荷するようになったため、T直売への出荷量が減少している。

表5 A地区におけるT直売出荷農家の経営概況

農家番号	同居人数 (人)	農業 従事者数 (人)	主たる 農業 従事者数 (年・性)	後継者 (年・性)	経営耕地面積		2010年度	2012年度	今後の 営農方針
					田 (a)	畑 (a)	T直売 売上高 (万円)	T直売 売上高 (万円)	
i	2	2	68女	なし	55	20	150	75	現状維持
ii	3	2	79男	なし	20	55	120	86	縮小
iii	1	1	71女	なし	0	24	110	100	現状維持
iv	5	2	78女	55男	24	28	60	30	現状維持
v	3	3	39男	—	80	56	50	n/a	縮小
vi	1	2	87女	57男	60	60	40	10	縮小
vii	4	3	64男	なし	39	60	n/a	n/a	n/a

注：記載データは2013年8月時点のものである。なおヒアリングは2011年8月、2013年8月に実施した。

直売で売り場が確保されるからこそ、A地区組合員の農業経営が維持されてきたといえる。しかし現状のまま直売所の売上低迷が続けば、農家の生産意欲はますます減退し、将来的に維持が困難になる農地が出てくることも予想され、地域農業の崩壊が一気に進む危険性もある。

以上のように、A地区では、高齢化と農業生産力の低下が徐々に進行しており、震災を契機に衰退に拍車がかかる危険性もあり、農産物の確実な販売先となる直売所の再生が急務である。

5 農産物直売所を核にした地域再生の課題と展望

震災によって一時的に喪失したローカル・フードシステムは、その後、仮施設での営業再開と新設直売所の登場によって徐々に再構築されつつある。当初は直売所の乱立ともとれる状況がみられたが、震災から2年半が経過して、各直売で客層と経営方針が定着し、それぞれの取り組みに独自性がみられるようになっていく。

最後に、ローカル・フードシステム再構築の課題を整理し、直売所を核にした地域再生の展望を述べて結びにかきたい。

まずローカル・フードシステム再構築の課題としては次の4点が指摘できる。

第1に、農産物等の需要の縮小である。震災による市人口の減少に加え、高齢化も進展する上に、観光客も激減しており、農産物等への需要は縮小している。一方、震災後、支援者やボランティアが多数来訪し、彼らの商品購入が直売所の売上を下支えしたが、そうした震災需要はピークを過ぎ、徐々に縮小傾向にある。今後は各直売が農産物等の需要動向を見極めて、売上目標と生産・販売計画を決定していく必要があり、的確な経営判断が求められる。

第2に、農産物集荷量の低下である。新たな直売所が新設されたことにより、農産物が分散して出荷されていることに加え、震災による休農、離農によって出荷量が減少し、また次にみるように出荷農家の生産力も低下しており、各直売で農産物集荷量の確保が課題になっている。さらに高齢化によって直売所までの出荷が困難になる農家も出てきており、集荷量のさらなる低下が懸念される。

第3に、出荷農家の高齢化による生産力の低下である。市内A地区の例でみたように、農家の高齢化は震災後も確実に進行しており、これに伴う生産力の低下もみられる。これまで直売活動を通じて収入だけでなく生きがいを得ていた高齢農業者が、直売所の売上停滞を契機に営農意欲を失うことになれば、これまで維持されてきた地域農業が一気に崩壊に進む危険性もある。こうした最悪の事態を避けるためにも、高齢農業者の生産・出荷を支援する取り組みも今後必要である。

第4に、農林水産物の放射能汚染である。この問題は、本稿ではここまで触れなかったが、2013年10月時点でもなお、市内産の露地キノコの一部と山菜の一部で出荷停止または出荷自粛の措置がとられており、直売所経営において大きな痛手となっている⁽¹⁴⁾。またこれら山菜・キノコは、当該地域の食文化とも密接に関わっており、地域住民の生活文化が侵されていることにほかならない⁽¹⁵⁾。ここでは問題の指摘にとどめるが、地域資源の価値を著しく低下させたことに対する東京電力及び国の責任はあらためて問われなければならない⁽¹⁶⁾。

以上の課題をふまえて、直売所を核にした地域再生の展望は以下のとおりである。

第1に、地元消費者の動向・ニーズをふまえた販売である。市民の高齢化は年々進行しており、高齢者向けの商品販売と品ぞろえが必要である。たとえば比較的少量単位での農産物や調理負担のかからない弁当やそう菜等の中食は今後需要が増すものと考えられる。特に郷土料理や行事食等の直売所ならではの商品提供によって、地元消費者のみならず市外からの来訪者を引き付けることが可能であろう。こうした中食等の加工品の販売を拡大させるためにも、直売所における加工事業への取り組みが重要である。実際に、F、Y直売では加工事業に着手しており、今後はいかに売れる商品を作るかが課題となる。

第2に、市内の高齢者や地域各所への宅配・出張販売サービスの展開である。高齢化に伴って買い物に困難をきたす住民も今後ますます増えると思われる。高齢者への宅配や地域の公民館等の拠点施設あるいは仮設住宅への出張販売が必要とされる。さらに市内の食料品専門店や惣菜店と連携し、農産物以外の食料品も含めた宅配・出張販売サービスが展開できれば、利用者の利便性はさらに向上するであろう。

第3に、農産物等の販売先を地域外に確保することである。市内の需要は縮小傾向にあるなかで、外部へ販売先を求めることも直売所の経営展開の一方向であり、実際にF直売が取り組みを始めている。震災によって被災地以外の人々から様々な支援の手が差し伸べられており、これを継続的なビジネスへと発展させていくことも可能であろう。

第4に、農産物等の集荷サービスの展開である。市内の農家の中には、高齢のために出荷に負担

(14) T直売を例にみると、2009年度売上高のうち、山菜・キノコの売上高は8.3%（1,160万円）を占めていたが、2012年度には4.8%（272万円）にまで低下している。

(15) この点について、小松・朴（2013）p.140において既に同様のことが指摘されている。そこでは、福島県県北地域を例に、放射性物質検出による農産物の出荷制限が、それらを材料とする干し柿（あんぼ柿）、切り干し大根、山菜料理等の地域の食文化にも多大な影響を与えているとされ、「山の恵みや伝統的な加工食品のいくつかが食卓から遠のいたことは、農村生活の豊かさを感じる喜びの一つを失ったことを意味する」と述べられている。

(16) 岩手県における農林水産物の放射能汚染をめぐる問題については、横山（2012）pp.81-111において詳述されている。

を感じたり、出荷が困難になる農家がいるが、直売所が主体となり各戸または地域の拠点を巡回して農産物集荷をおこなうことで、高齢農業者の出荷を支援することが可能である⁽¹⁷⁾。このサービスは既存の出荷農家を支援するだけでなく、これまで出荷の問題で直売活動をおこなうことができなかった農家を新たに掘り起こすことにもつながるであろう。

第5に、市内の既存直売所間でヨコのつながりを形成し、事業連携の可能性を追求することである。他地域では近隣の直売所間で連絡協議会を組織し、情報交換や勉強会をおこなう例があるが、本市ではそうした組織は存在しない。連携の萌芽的な組織として、北限のゆず研究会が存在し、T、F、Y直売が参加して市内産ゆずのブランド化と加工販売が進められているが、現状ではゆずに限定した活動にとどまっている。今後は、直売所間のヨコの連携を密にして情報交換をおこない、各直売所の発展に活かしていくことが重要である。さらに、市内の消費者、農家の高齢化の両方に対処するために、農産物の配送と集荷を、直売所間で連携して共同運営する等、実質的な事業連携の可能性も検討されてよい。

以上、直売所が核となり、地域再生へ向かう上での課題と展望を述べた。震災後の直売所の取り組みは、確実に被災地域を活気づける原動力となっている。今後は直売所間のヨコのつながりを形成し、それらが核となって地域の生産者と地域内外の消費者を結びつけていくことにより、被災地域の復興と発展に大きく寄与することになるであろう。

（ひらぐち・よしのり 女子栄養大学栄養学部食料・地域経済学研究室専任講師）

参考文献

- 平口嘉典「東日本大震災が三陸沿岸部の地域経済と農村に及ぼす影響―岩手県陸前高田市を事例にして―」『農業経営研究』第49巻第4号、2012年、pp.87-92。
- 小松知未・朴相賢「農産物直売所が受けた影響と地産地消―福島県県北地域の実態調査から」小山良太・小松知未編『農の再生と食の安全 原発事故と福島の2年』新日本出版社、2013年、pp.138-161。
- 櫻井清一『直売型農業・農産物流通の国際比較』農林統計出版、2011年。
- 横山英信「岩手県の復旧・復興をめぐる現状と課題」田代洋一・岡田知弘編『シリーズ地域の再生8 復興の息吹き 人間の復興・農林漁業の再生』農山漁村文化協会、2012年、pp.61-115。

(17) 直売所運営において高齢農業者の農産物集荷をいかにしておこなうかは、全国的に問題となっており、たとえば（財）都市農山漁村活性化機構発行『農産物直売所経営改善マニュアル』2010年、においても、巡回による農産物集荷を対策として挙げている。