

自主研究 「消費者交流事業の展開と その効果に関する調査研究」について

一般社団法人 北海道地域農業研究所

特別研究員 三津橋 真一

一 はじめに

農村地域の人口減少が進み、都市部に人口が集中する中で、食品の加工・流通が複雑化・高度化してきたことなどから、食と農の距離が拡大し消費者が日常の生活の中で農業を身近に感じることが少なくなっています。その一方で消費者の食に対するニーズは多様化するとともに、安全・安心への関心が高まっています。

こうした中で、農産物直売所や定期市、マルシェでの地場産農畜産物の販売、田植えや種まき、稲刈りやいも掘り、搾乳など農作業の体験等を通して農業生産者と消費者がコミュニケーションを深め、相互に理解を深めようとするさまざまな取り組みが行われています。取り組みの実施者も農業生産者やJA等の農業関係者ばかりでなく、例えば「北のめぐみ愛食フェア」や「コープさっぽろ農業賞」のように、市民・消費者（団体）や流通・

販売団体（企業）、行政などさまざまです。近年は、農業高校等の高校生による取り組みも広がっています。

TPP11や日EU・EPA、日米貿易協定の発効など農畜産物の輸入自由化が進む中、こうした取り組みは、農業生産者が自ら生産した農畜産物や産地のことを消費者に理解してもらい、道産農畜産物を買いたい支えたり、農業体験をはじめ景観や食を楽しむために農村を訪れたりする応援団（サポーター）になってもらうことにつながる非常に意義のある取り組みです。

二 目的と期間

本調査研究では、こうした生産者と消費者の相互交流の取り組み（以下「消費者交流事業」という。）がどのようなきっかけで始まって、どのように展開してきたのか、ある取り組みが次の取り組みに

どのようにつながってきたのか、あるいは独自に展開して深化してきたのか。こうした取り組みは生産者や消費者、地域にどのような成果をもたらしたのか、また、どのような課題に直面しているのかなどについて、事例調査等に基づいて分析し今後の方向性を考察したいと考えています。

本調査研究は二〇一七年度からスタートしており、これまで九回の研究会議を開催してきたほか(下表参照)、研究会議による補足の現地調査も行ってきました。今年度が最終年であり、報告書の作成に向けて取りまとめを進めていきます。

三. 研究会議の体制

この調査研究を進める研究会議の委員は七名で、二人の大学の先生の他に、市民団体や流通販売団体で消費者交流事業の

表 研究会議の開催状況

回数	開催年月日	主な内容
第1回	2017. 11. 28	・調査研究の趣旨・内容および進め方
第2回	2018. 3. 20	・コープさっぽろの消費者交流事業の取り組み
第3回	2018. 6. 6	・(有)多田農園の消費者交事業の取り組み
第4回	2018. 9. 13	・ホクレン「くるるの杜」の取り組み
第5回	2018. 12. 5	・(有)オフィスアンの消費者交流事業の取り組み
第6回	2019. 3. 12	・中間とりまとめについての議論
第7回	2019. 7. 2	・取りまとめ方向についての議論
第8回	2019. 11. 26	・(株)農協観光の「農感塾」の取り組み
第9回	2019. 12. 10	・(株)いただきますカンパニーの取り組み

企画・運営を担っている委員、高校生の食生活や子ども食堂の運営等に関わっている委員とユニークなメンバーが揃って

います。座長は札幌保健医療大学の荒川義人教授にお願いし、研究会議を取り仕切っていただいています。荒川教授は、食品の機能性成分の研究をはじめ「食と健康」に関する分野の専門家。地産地消や食育の普及に努められているほか、各種メディアの食と健康コーナーにも多数登場されています。

四. 事例調査の実施

研究会議では実際に消費者交流事業を展開している農業生産者や農業関連団体、流通販売団体・企業、消費者団体ごとに典型的な事例の聞き取り調査を進めてきました。具体的には、農業生産者からは多田農園、農業関連団体からはホクレンくるるの杜および農協観光、流通販売団体・企業からはコープさっぽろ、消費者団体からはオフィスアン、いただきますカンパニーを選定し、研究会議で取り

組み状況などを説明していただきました。

ここでは簡単に各事例の取組内容を紹介します(いずれも聞き取り時点の状況)。

(一) 多田農園

多田農園は上川管内上富良野町で、ニンジンやトウモロコシ、カボチャ、ワイン用ブドウを栽培しています。経営面積は6haほどで、規模拡大を検討したこともありませんが、希望する条件の土地を取得することができず、農産物の加工・販売やファームインなど経営の多角化を進めてきました。

二〇年ほど前に、タマネギを中心とした栽培から、ニンジンの選果場を整備してニンジン栽培へ転換、道外市場へ直接販売するとともに、「ニンジン工房」をオープンしてニンジンジュースの加工・販売を始めました。現在ではニンジンピクルスやシールドル、ワインなども製造し、農園内の直売所やインターネット等で販

売しています。

二〇〇四年から同志社女子大学のインターンシップ生を受け入れたことをきっかけに、二〇〇七年には宿泊施設を整備してファームインに取り組み出し、修学旅行生などを受け入れてきました。二〇一〇年からは、地元の小学生を対象とした農業体験の受け入れを始めましたが、フランスの教育ファームのような活動がしたいと上富良野町に「教育ファーム推進協議会」を設立し、地域で取り組みを進めてきました。さらに、地元の障がい者施設と連携し、障がい者に働く場を提供し共に働くソーシャルファームをめざした試験的な取り組みも始めています。

(二) ホクレンくまのの杜

ホクレン食と農のふれあいファームくるのの杜は、豊かに広がる農村空間の中で、体験農場や農畜産物の調理・加工体験施設、北海道産の農畜産物を取り扱う

直売所やレストランなどに消費者を迎え入れ、さまざまな体験を通じて北海道の農業・農村に対する理解を深めてもらうと二〇一〇年、北広島市大曲にオープンしました。

体験農場では、イネやジャガイモなどの植え付けから収穫までの農作業体験から収穫物を調理して食べるまでを体験する年間のプログラムや、トマトやイチゴの収穫など季節に応じたプログラムなど多数の体験ができます。調理・加工体験室では、体験農場で収穫したものをシンブルに調理・加工して食べるほか、チーズや味噌、豆腐作りなど農家の知恵を教わる体験を行っています。農産物直売所には北海道産の野菜や加工品、卵や乳製品、惣菜、精肉などを揃えています。また、道内のJAや生産者が対面販売で消費者と直接ふれあうコーナーやテント(夏場)も備えています。農村レストランでは、直売所から届いた野菜や肉を材

料として、素朴で温かい家庭料理をbuffetスタイルで提供しています（ランチのみ）。

開設から八年が過ぎ、年間の集客数や売上額が総じて横ばい傾向にあることから、施設やプログラムの魅力向上などに努めています。

（三）農協観光

株式会社農協観光は、札幌など都市部の消費者に農業生産者の頑張りや地場産物のおいしさを実感し、北海道農業への理解と関心を高めてもらうため、農業体験バスツアー「食と農を結ぶ農感塾」（以下「農感塾」という。）を二〇〇七年度から行っています。主に日帰りの日程で、野菜などの定植・収穫体験や搾乳などの酪農体験、簡単な漁業体験、生産者との共同調理や試食の体験、野菜ソムリエらによる食生活改善講座、直売所の見学などを組み合わせた企画です。出発地

は現在、札幌と旭川の2カ所です。

二〇一八年度までの二二年間で六五〇ツアー以上実施しており、延べ約二万人が参加しています。参加者からは「農作物の選び方や効能、保存・調理方法が学べた」、「食について考える良い機会になった」との声が、受入農家からは「消費者の生の声が聞けた」、「自分が生産するものを知ってもらえた」、「農業者の想いを伝える絶好の機会となった」との声が寄せられています。二〇一九年度は、これまでのバスツアースタイルの農感塾に加え、個人や少人数のグループがマイカーで参加でき、自分たちのペースで体験を楽しむ「農感塾マイカープラン」収穫体験ドライブラリーを始めました。

企画の告知・募集方法を拡大して、多くの消費者にこの企画を知ってもらうとともに、市町村やJAの認知度を高めていきたいとしています。

（四）コープさっぽろ

コープさっぽろは組合員活動を基本として、数多くの消費者交流事業を実施しています。

二〇〇四年にスタートした「コープさっぽろ農業賞」は、「消費者の目線で北海道の優れた第一次産業の生産者を応援すること」を目的とした、消費者交流事業の基軸となる取り組みです。当初は「農業賞（北海道知事賞）」と「交流賞（札幌市長賞）」の二部門でしたが、取り組みを進めていく中で、さまざまな気付きや漁業団体、行政等との連携も生まれ、「漁業賞」、「写真の部」、「優秀新規就農者賞」、「ビジネスモデル賞」を創設するなど、消費者と農業者をつなぐ場の価値を高めてきました。

この「農業賞」からはさまざまな農産物の取り扱いも進んでいます。店舗周辺から生産者を特定できるこだわり野菜を集め販売する「こ近所野菜」や、規格外



第7回研究会議の様子

の野菜を、価格を抑えて販売する「ふこつ野菜」、本格的な「有機野菜」の販売で、農業生産者との関わりが大きく発展してきました。

さらに、受賞生産者と消費者とのつながりの場や受賞者の農産物を食べてもらう機会の設定、受賞者のフィールドから素晴らしい農業景観を活かした新しい

「グリーン・ツーリズム」の形が必要だと考え、受賞者同士や組合員との交流を促す「農業賞のつどい」、受賞者の畑で一日限りのランチレストランを

開店する「畑でレストラン」、食べることの大切さを学ぶ食育イベント「食べる・たいせつフェスティバル」の開催など、新たな取り組みを展開しています。

(五) オフィスアン

有限会社オフィスアンは、有機栽培などの認証制度等がなかった三〇年ほど前に、新篠津村の六戸の農業生産者が生産する有機栽培の米や野菜を紹介し販売しようとして、札幌市内に「アンの店」を開店しました。併せて、有機栽培の農産物を信頼してもらえよう年に一度、全道の生産者が札幌の消費者に直接販売する有機農産物朝市を始め、五年間続けてきました。

生産者にとって初めての直売であり、売り方もよく分からない状況でしたが、消費者の生の声を聞くことができる貴重な機会となりました。ただ一年に一度とは言え、全道の生産者が都合をつけて揃っ

て消費地に出向くことは非常に大変で、生産者の疲弊を招いてきました。そこで、アンの店が事務局となって消費者が生産者を訪れる仕組みにしようとして、さまざまな農業体験をはじめました。ソバの種まきから収穫までの作業やそば打ちの体験、同様に大豆の栽培から味噌や豆腐作りの体験、珍しい取り組みとして「ゴボウや長いもの収穫体験」などです。

こうした交流を続けてきたことにより、農業生産者と消費者の距離が確実に縮まり、商品や店の信頼も増してきたと感じる一方で、生産者側では受け入れるという気持ちが強すぎて経費や時間の負担が大きくなっていることや、規模拡大が進んで機械化に対応する作物の作付けが増え、農業体験ができるような果菜類などの作付けが減少している実情もあり、消費者の理解を得ながら対応を進めているところではあります。

(六) いただきますカンパニー

株式会社いただきますカンパニー（帯広市）は、小麦畑などの十勝の広大な風景や食の魅力を多くの人に伝えようと、畑ガイドが農場を案内して、そこで生産されたものをおやつやランチとして食べ「農場ピクニック」を行っています。

十勝の農業は規模が大きく機械化が進んでいるので、農業生産者が農業体験などで多くの消費者を農場に受け入れようとしても、手が回らないのが実情です。そこで、専門の畑ガイドを養成して生産者に代わって畑を案内する仕組みを考えました。

季節に応じて菜の花畑や小麦畑、ジャガイモ畑やトウモロコシ畑など、四戸の契約農場を巡って畑の風景や作物の生育、生産者の作業の様子などを丁寧に伝えます。期間は五月中旬から一〇月末まで、毎日三回行っています。できるだけ収穫体験してもらおうよう工夫していますが、

いつでもできるわけではないので、収穫体験とは謳っていません。いつでも体験できる圃場やメニューを特別に用意してもらうのは農家の負担になり、日常本来の姿ではないからです。ありのままの畑の風景と食を体感してもらうことが大事だと考えています。

また、畑に入るには防疫対策を徹底することが大切です。このため専用の長靴を用意し、畑に入る際に履き替えてもらい、その理田を参加者に説明しています。道外客が主体で、最近では訪日外国人観光客も増えています。

五. 取りまとめに向けて

研究班では現在、事例ごとに担当委員を決め、現在それぞれの委員の手元で取りまとめを進めているところです。新型コロナウイルスの影響で次回の研究会議の開催時期が見通せない状況です。今

後、それぞれの委員が取りまとめたものを持ち寄って研究班のメンバーで議論し、それぞれの典型的な事例から共通する課題や効果等を分析し、今後の消費者交流事業が持続的で、農業生産者、消費者双方にとって一層効果的なものになるよう考察していきたいと考えています。

全道の消費者交流事業も、新型コロナウイルスの影響で中断や中止を余儀なくされています。こうした状況の中で、消費者交流事業の新しいコミュニケーションの形も芽生えてくるのではないかと思われます。そうしたことにも関心を寄せながら、取りまとめ作業を進めていきます。

JAGグループ北海道は「五五〇万人サポーターづくり」を一層拡充する決議をしています。消費者交流事業の取り組みは、「関係・交流するサポーターづくりの展開」に大きな役割を果たしていくことでしょう。