

現地ルポルタージュ

消費者と地域を結ぶ観光農園(加賀フルーツランド)

加賀農協・(有)三共農園(石川県)

一. 加賀農協とフルーツランド

加賀農協は、石川県の南西部、金沢市からおよそ四〇キロほど、福井県との県境加賀市にある。平成一一年の合併により一市一郡(加賀市、江沼郡)にまたがる農協となり、今日に至っている。管内は西を日本海に接し、東に山中、山代、片山津の北陸の名湯を有するが、その温泉地を除けば、米を主体に、果実、野菜、しいたけなどが営まれる農村地帯と言つてよい。JRで加賀温泉駅に降り立つと、一気に農村風景が展開していて、駅名から想像するイメージとは違いや拍子抜けする。聞けば諸般の政治的綱引きの結果この地に駅ができたようである。

農協の営農部は駅から車で数分である。まず、普及所の指導員として長い経験を持つ営農担当の村中さんから、加賀フルーツランドの設立の経緯の概要を聞く。そのうえで、今回の主題の観光農園を運営する(有)三共農園へ向かうこととした。

最初に農協とフルーツランドとの関わりが若干ふれておけば次の通り。農協自らが運営主体に参画しているわけではないので、フルーツランド地域を基盤とする生産者に

一般の組合員と農協との関係が生じていること、およびその生産物をフルーツランド

に供給する際の「青田売り」価格決定に農協が関与していることの二つということになる。したがって「加賀フルーツランド」は直接的には農業生産法人(有)三共農園による観光農業の展開ということになるが、むしろ地域農業にとって新たな刺激をもたらした意味は大きく、農協や関係団体との連携があつて初めて、事業展開が可能であることは言うまでもない。これらの点は、加賀フルーツランド「設立の経緯、組織、運営について」ふれていくなかで、もう一度明らかにする。

二. 設立の経緯

(有)三共農園による事業展開は平成四年(一九九二)からであるが、その経緯は、そもそもこの地が農地として利用されるようになった過去に遡らなければならぬ。

豊町と名づけられた地域一帯の国有林が県営パイロット事業として畑地造成されるのが昭和四四年(一九六九)。およそ七〇haの農地に地域内外から一六戸が入植、果樹生産組合を組織する。ぶどう、くりに加え酪農も試みられるが挫折、一般的農業環境

の悪化に加え、昭和五六、六〇年(一九八一、八五)の二度にわたる豪雪被害等を機に離農が進み、荒廃した施設や遊休農地が散見されるようになった。そんな状況を憂慮、近時のレクリエーション農業の需要の高まりに対応し、農業生産・所得の向上と就業機会の改善を図ることを目標に、これら遊休農地等を活用した地域農業の観光農業が進められることとなったのである。

事業構想は豊町果樹生産組合(三共農園を含め一三戸)、農協、(有)三共農園が一体となって策定、実際の事業展開は(有)三共農園が担うこととなった。その中心にいるのが代表の岸さんで、伝習農場や海外での経験も豊富な近代的感覚豊かな人材である。

岸さんは設立のねらいを三つあげて説明してくれた。まず、「夢があつた」という。それは、楽しく、完熟した果物を一般の人々に食べてもらいたい」という夢であり、「本の味を味わってもらいたい」という夢であつた。荒廃しつつある農地を見るにつけその名のとおり「豊町」になることを目指した。ついでレジャー志向の高まりのなかでの、家族で楽しめるレジャーの開発であり、三つは農産物価格の不安定さの解消にはエンドユーザーに来てもらうのがいいと考えたことであるという。

三. 施設の概要と事業内容

施設には、農園(いちご、ぶどう、りんご等)、交流体験施設、ホール、レストラン、



農村交流体験施設(ホール、おみやげコーナーなどである)

パーベキコーナー、ふれあい広場、見本園などがあり、総面積はおよそ八〇haにも達する。

年間通してできる果実のもぎ取り(いちご、ブルーベリー、ぶどう、梨、りんご)を主力に、ぶどうのオーナー制、パーベキコー、園内ショップでの直販、冠婚葬祭・イベント等の外販の五つが主要なメニュー。売上げはパーベキコーともぎ取りで七割以上を占める。顧客は石川、福井、富山の三県で七割、マイカー利用が多く、ねらいどおり、女性および家族連れがメインというもぎ取りを進めるからには、ほとんどが減農薬・有機栽培である。

特に広告・宣伝に費用をかけることはせず、直接来園客に喜んでもらうことを第一に、エージェントを紹介することも避けてい

るといふ。「何とか地域に(農業として)いいものを残しておこうと考えて、観光農業をやっているの、事業のみを考えると、他のいいもの

がありますよ」岸さんはそう言う。スタッフは、正社員六名、臨時・パートが一五〜六名という体制だ。

もぎ取り農園は、自前の農園(所有および借地)の他、果樹生産組合の農園の果実を丸ごと買取る形で行なっている。したがって、果樹組合員農家それぞれに、フルーツランドへの出荷の割合は異なる。買取りは前述のように、いわば「青田買い」で、農園側、生産者、農協、農業改良普及所の四者協議で圃場毎に決められる。年間およそ三千万円程度の供給額。年度当初にフルーツランド側から年間および時期別の需要量が提示される。供給された農園(果実)をフルーツランドでは、もぎ取り、加工、景品等に利用するという仕組みだ。

農家とすれば、安定的販売先が確保されるとともに、自ら値決めできることによる生産意欲の増加にもつながるメリットが大きい。

四、今日までの実績と将来展望

施設投資に際しては、「農業農村活性化農業構造改善事業」を中心に補助事業を積極的に導入してきた。さらなる投資を考えると、いわけではないが、周年観光にするには、収穫までの経費がかかることもあり、施設の過剰投資は避けたいと、岸さんは言う。

リピーターの比率の高まりもあり、今年度(一〜五月)の売上げは、前年比二七〜八%の伸びを示している。現在年間入園者

数は述べ一〇万人(実質四万三千人)ほどであるが、これを実質ベースで五万三千人とするのが目標とか。単年度収支はほぼ賄えている。

今後の展望は、生産して食べてもらうだけでなく、体験できるものをもっと加えて農業や農村への理解をさらに深めたいという。さらに他所にはない独自の事業を考えたいとして、バイオの研究施設設置や大学のゼミの誘致なども構想している。

この地を農業を中核とした、農村と都市の人々との交流の場と位置づけ、遊休荒地の再生と農業の振興さらに地域の活性化へとつなげるべく、夢を共有してもらえ人を株主として広く地域外からも募りたいという。単一業種とか一地域だけの人々が集まって、新しい戦略展開はできないと、熱っぽく語ってくれた。

(有)三共農園を主体に、地域の農家、農協などが協力しつつ、まずは順調に事業展開されている。ここフルーツランドの取組みが成功、発展することにより、今後さらに地域に新たな活力が生じることが期待できよう。このような、産地と消費地、生産者と消費者を直接結び付けるかたちでの地域農業の展開は、地域特性の再発見にもつながるのであり、課題の多い地域農業の一つの有力な振興策に違いない。

(平井 隆)