

## 農産物直売所を媒介とした地域農業の展開

### ——広がる地域コミュニティづくり

はじめに

農業にとって、主業農家や認定農業者などの役割は大きいですが、同時に多様な農業、地域住民のニーズに応えられる農業も求められている。地域農業にとって、女性や高齢者、定年帰農者、Uターン・Iターンなど様々な人たちが農業に参加できる場を提供することは、今後ますます必要になってくる。

こうした取組みの中核となってきたのが、農産物直売所やファーマーズマーケット等の運営である。地域の人たちで友の会などを組織・運営し、地域活性化に大きく貢献している。特に女性からお年寄まで、多くの方が農業に親しみ、励みにしている。

#### 1 ふれあいパーク三里浜の概要

ふれあいパーク三里浜は、福井県三国町の国道305号沿いにあり、三里浜特産農協やJA花咲ふくい、生産者等の出資する有限会社三里浜農産が運営受託する農産物直売所である。道の駅みくにに隣接して開設され、地元特産のらっきょうやすいか、メロン、大根、蕪など農産物や、漬物、米製品など地域特産物を販売するほか、手作り工房も備えた施設である。

地域が連携協力することによって、地域農業を支える仕組みを確立するため、直売、食材供給、消費者への情報発信、ネットワークづくりを通じて、地域参加型の農産物直売所をめざしている。地域の人たちの組織する「三里浜ふれあいパーク友の会」を主体に運営されており、会員は117名に達している。友の

会の会員は、地域の高齢者や女性、専業農家、兼業農家、家庭菜園主など様々な人々に及び、販売する農産物も年間では150品目を越えている。また、三里浜地域は「花らっきょ」の産地としても知られており、農産物の直売や消費者との交流活動等を通じ、地域特産物の情報発信に果たす役割も大きい。

#### 2 友の会の組織化と運営

##### (1) 友の会の組織化

直売所への農産物等の出荷者は、すべて農産物直売所ふれあいパーク友の会の会員である。直売所開設にあたって、地域の集落座談会で、会員募集をおこなったところ、約90名の応募があった。各集落で取りまとめ役の役員を決めてもらい、友の会規約や出荷物取扱規則等を定め、地域の組織として発足した。現在、会員も増えて、運営も軌道に乗っている。

##### (2) 友の会の運営

会員期間は1年間で毎年更新をおこない、加入・脱退は任意である。友の会の運営資金は、会費と直売所の売上の5%が充てられる。会の運営は運営委員会、役員会を定期的に開催し、運営方針等を決めている。協力機関として、三国町と福井市、農林総合事務所、JAなどがあり、これらとも連携をはかっている。

#### 3 農産物・特産物等の販売

##### (1) 会員による直売所への出荷

販売は直売所の運営受託者である三里浜農産への委託販売の形式をとっている。出荷物

には出荷者コード等必要事項を記入した販売シールを貼付し、出荷者が直売所へ持込んでいる。

値段も出荷者自らがつけ、出荷物の売れ残りは出荷者が引き取る。販売手数料は15%で、うち5%は友の会の運営や、バーコード・清算などの事務的経費に充てられる。精算は月2回で、会員指定の口座に振り込まれる。

## (2) 出荷品目の調整

直売所開設当初は、例えば大根ばかり搬入されたということもあったが、役員を通じての趣旨の徹底や、生産者自らが販売を意識するようになったため、調整の必要はほとんどなくなった。当初、気候の要因もあって、冬場の売上が伸びなかったが、ハウス農家の協力で平準化されるようになった。取扱品目は自然に増えていき、現在では150品目を越えるまでになっている。しかも月ごとに旬の農産物が分散するようになり、直売所としては、さらに取扱品目を増やす方向で働きかけている。

## 4 直売所開設による地域の活性化

### (1) 地域の活性化

三里浜の周辺は、九頭竜川の流域として、福井県屈指の穀倉地帯を形成し水田農業のさかんな地域である。同時にこれほど農産物が豊かなのかと思うほど、地域の多様な取組みにつながっている。また、6月の創業祭と11月の花らっきょ祭と年2回大きなイベントを開催しており、これに併設して軽トラック市も開催する。このときは地域も大いににぎわって地域のイベントとしても定着している。

### (2) 情報の発信基地

同直売所は、越前浜海岸と東尋坊をつなぐ拠点にあり、芦原温泉にも隣接している。観

光等で訪れる人の往来も多い。三里浜は、「花らっきょ」の本場であり、福井県を代表する特産物にもなっている。特に「三年子」といって、2度冬を越し、小粒のらっきょの漬物は人気が高い。テレビ朝日系の「旅サラダ」でも取り上げられ、放映当日には視聴者から600件を越える問い合わせもあった。

「らっきょは、輸入物ばかりと思っていたが感激した」という反応もあり、情報発信の必要性を痛感させられるという。

## 5 地域の自発的取組みの支援

### (1) 直売所の公益的役割と機能強化

地域の活性化や情報発信に農産物直売所の果たす役割は大きいですが、直売所の運営だけでは経営的に厳しいものがある。直売所の経営は、現実には職員や従業員たちの創意工夫と努力に支えられている。また、運営受託者である有限会社三里浜農産の農産物販売事業に負っているところが大きい。

地域において農産物直売所の果たしている公益的役割を積極的に見直し、新たな視点で機能強化をはかる必要性も高い。

### (2) 地域の自発的な取組みの有機的連携

地域においては、地産地消やスローフードなど各種団体の進める運動や村おこし・村づくりなど様々な取組みがある。全国的には地産地消が見直されてきており、都道府県などの施策としても充実してきた。

地域の主体は、何よりその住民であり、住民の積極的参加があってはじめて、地域の創意と主体性を活かした施策の展開が可能である。女性や高齢者を含めた生きがいがづくり、地域コミュニティーの活性化など、地域の自発的取組みを支援し、盛り上げていく意義は大きいものがある。 (鴻巣 正)