

直売所は地域の元気の源だ！

—— 直売所の多面的機能について考えるシンポジウム ——



日時 2010年2月20日(土) 13:00~17:00
場所 高知商工会館
主催 (社) 高知県自治研究センター

目次

主催者開会あいさつ	1
【第1部】 基調講演	4
＜講師＞中村学園大学教授（九州大学名誉教授） 甲斐 諭 さん	
＜演題＞「直売所の持つ多面的機能、特にホスピタリティ機能の重要性」	
【第2部】 直売所商品を集める仕組み・売り切る仕組みを考える	35
＜報告者＞高知県自治研究センター黒潮町研究員 山崎裕也・福岡和加	
【第3部】 パネルディスカッション	43
＜テーマ＞「小さな仕事おこし・直売所は地域の元気の源だ！」	
＜パネリスト＞	
中村学園大学教授・九州大学名誉教授	甲斐 諭さん（福岡県）
株・直売市場グリーンファーム会長	小林 史磨さん（長野県）
黒潮町 農業・「庭先集荷」生産者	松本 良女さん（高知県）
高知市保健所長	堀川 俊一さん（高知県）

(司会者)

皆さん、こんにちは。

今日は、私どものシンポジウムにお集まりいただきまして誠にありがとうございます。
定刻になりましたので、ただ今よりシンポジウム「直売所は地域の元気の源だ！」を始めていき
たいと思います。

まず開会に先立ちまして、当高知県自治研究センターの山本晋平理事長より、皆さまにごあいさ
つを申し上げます。

(山本理事長)

皆さん、こんにちは。

私は、高知県自治研究センターの理事長を務めて
おります山本です。本日は週末ですけれども、多数
の方にお集まりいただきまして本当にありがとうご
ざいます。

主催者側を代表して、一言あいさつを申し上げま
す。

現在、農産物の直売所というのは全国で約 1 万
4,000 カ所と言われております。そして、その総売
上高というのは約 1 兆円を超したと言われておりま
す。今やこういうふうな直売所というのは、単なる
農産物を取り扱うという小さな小売店というふうな
ものとは、役割が大きく外れてまいりました。そして、

我々が一歩大きく踏み出すということにも進めていただいているわけでありまして。そして、地
域におけます物流や、そして情報を集積するような拠点にもなるわけです。

それでさらに地域の人々、あるいは生産者と消費者との間の交流の場もつくってまいりました。
そして、小さい規模ですけれども高齢者の生産者側にとりましては、生きがいの場所にもなってきた
わけです。そして、貴重な現金収入にもつながってきています。こういうことにいろいろ目が向け
られ始めまして、我々当研究センターとしましては 2007 年から黒潮町をフィールドとして、交通手
段が極めて脆弱（ぜいじゃく）な中山間地域の高齢者が生産する農産物を 1 個 1 個集荷して、それ
を基にして地元の直売所に出荷していこうという実証実験を続けてまいりました。

その結果、本日の第 2 部の中で黒潮町の研究員の方々から報告していただけますけれども、この
ような集荷システムを作ることによりまして、それまで耕作をあきらめていたような高齢者の方々
が、農作業と生産の再開を始めました。そして、そういう方々が地域に増えることによりまして近
所同士の会話も弾みますし、またいろいろな直売所に出掛けて行って、またそこで他の町、あるい
は国ということもありますが、そこから来た人との間に交流も始まっていたわけです。

そして非常に、今度は翻って今日の話題にありますように、福祉の分野にもさらに効果があるとい
うことが大きく見えてまいりました。

そして翻って昨年、アメリカのニューオーリンズからリチャード・マッカーシーさんという方
をお招きしましてセミナーを開催したわけですが、ご存じだと思いますがニューオーリンズというの
はハリケーンで、ほとんど壊滅的になった都市であります。恐らく皆さんもご記憶にあると思いま
すけれども、ジャズの発祥地であるとか、そういうふうないろいろなことを持ち合わせているような、
そういう所のニューオーリンズでは農産物の直売所を拠点にして、今度はそこを基にして情報交換
や食糧供給など、いろいろなことでいろいろな人たちが集まってまいりました。そして、新しいニ



ユーオーリンズが復興してきたという事例の報告を昨年したところであります。

このようにして、直売所の持ついろいろな機能、しかも公的な機能に着目して、本日の表題にもありますように、さらにこれを掘り下げて研究をしていった結果を、さらにもう一度シンポジウムで皆さんと一緒に考えてみようということに計画をした次第であります。

お忙しい中を遠く県外から来ていただきまして、基調講演をお願いしておりました中村学園大学の甲斐諭先生のお立場からの事例報告なども交えまして、この後ではパネリストの皆さんと一緒に、新しい高知のこのような会をさらに広げていって、みんなと手をつないで頑張っていきたいというふうに思っております。

ご来場の皆さん方は最後まで、若干時間は長いですがけれども、お付き合いをよろしく願いいたします。非常に簡単ですが、主催者を代表いたしまして、あいさつとさせていただきます。どうも、ありがとうございました。

(司会者)

ありがとうございました。

それでは、本日のシンポジウムは3部構成としております。

まず第1部として基調講演、「直売所の持つ多面的機能、特にホスピタリティ機能の重要性」ということで中村学園大学教授、甲斐諭先生から基調講演をいただきます。

私の方から、甲斐教授のご略歴を若干ご紹介いたしたいと思っております。

甲斐教授は1944年のお生まれで、1973年、九州大学大学院農学研究所農政経済学専攻博士課程を修了されております。そして、1998年に九州大学教授、2000年に九州大学、こちらは大学院農学研究院の方であります。そして、2008年から現在の中村学園大学の流通科学部教授で、現在に至っております。

それでは甲斐先生、よろしくお願いいたします。

【第1部】 基調講演

<講師>中村学園大学教授（九州大学名誉教授） 甲斐 諭 さん

<演題>「直売所の持つ多面的機能、特にホスピタリティ機能の重要性」



皆さん、こんにちは。

ただ今ご紹介いただきました、中村学園大学の甲斐でございます。

今、NHKで「龍馬伝」を見ておりまして、坂本龍馬、それから岩崎弥太郎さんの、今最もホットな高知県にお招きいただきまして、どうもありがとうございます。家族は大変うらやんでいたのですが、私一人で来ました。

では、今日は直売所の持つ多面的機能ということでお話させていただきたいというふうに思います。

こちらの方が量販店、こちらが直売所なのですが、両方の研究をしているのですが量販店が非常に近代的といいますか、直売所が非常に、これも

伝統的なんですけれども、大変意義があるような気がします。それは今から申し上げる、いろいろな多面的機能を持っているという意味で、非常に研究する価値があるのではないかというふうに思っている次第です。

今日は時間の許す限り、直売所の持っている多面的な機能とか、直売所に見える消費者のアンケート調査をしたり、それから直売所に持ってこられる方の生産者のアンケート調査をしたり、それからまた直売所自身でどういふような情報化を図っているかとかということ

を調べたり、また、私は卸売市場の研究もしているのですが、その卸売市場の値段が今、野菜も、牛肉も、豚肉も、卸売価格がすごく下落しているのですが、それはいろいろな不況の影響などありまして卸売市場の価格は落ちるのですが、小売価格はあまり落ちない。ならば、農家の方が直接、自ら卸売市場で丸投げしてしまうよりかは、自分で小売した方がいいのではないかということで、肥育農家なのですが大型の肥育農家が、一応牛ですから屠畜しなければいけないので、市場に持って行って屠畜しますが、それを自分で買い戻して自分で小売をするといいますか、逆に言えば肥育しながら自分が肉屋さんの代わりもしてしまうというふうな、小売で活路を見いだしていこうという事例を、それから、私の見たヨーロッパやアメリカなどの直売の話をして。それから、私はよく中国、韓国に行くのですが、最近の中国、韓国の発達はめざましく、日本を攻めてくるわけですから、それにどう

直売所の持つ多面的機能、特に ホスピタリティ機能の重要性

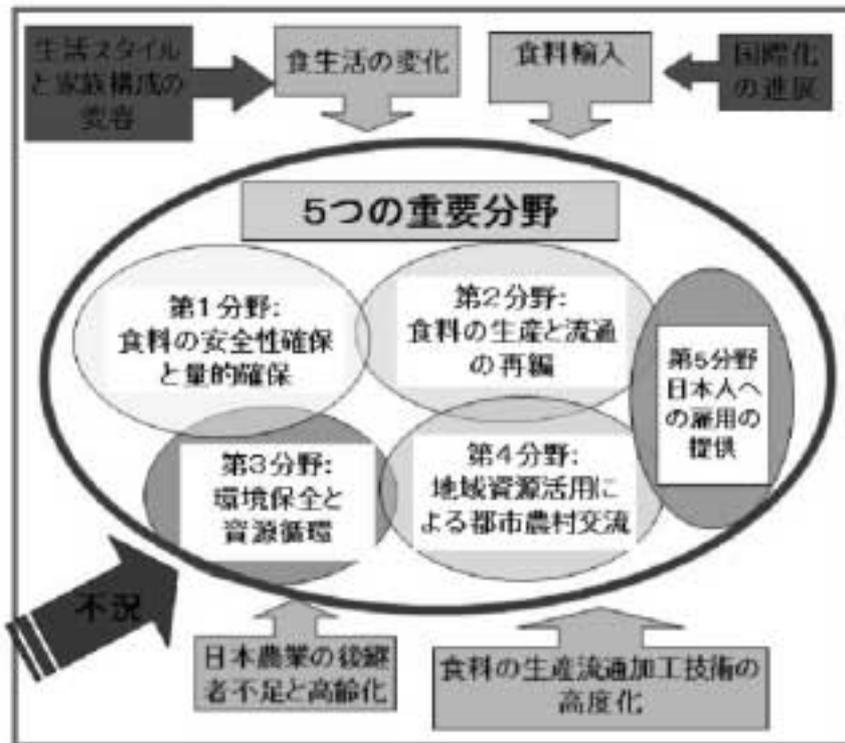


いうふうに対抗して生き抜くかというふうなことを少し考えていきたいというように思います。

私は高知県に来たことは何回かありまして、農業団体に招待されたり、県の方に招待されたりしました。それは農業団体の「マルタカ」というところで、非常に大量生産して大量出荷していくというふうな大型システムの話だったのですが、今日はまさにそれとは対峙した地場流通みたいな話なのであります。「マルタカ」は、非常に経済連で頑張っておられていますが、今日はそれとまた違う話ということです。

さて、私は食糧経済をやっているのですが、それをめぐって5つぐらいの食糧経済をめぐる変化要因があるような気がします。そして、その中でまた5つぐらい、重要な分野があるように私には思えます。

1. 報告の背景 (1) 5つの変化要因と5つの重要分野



まず第1は、食生活が非常に変化している。その背景は、家庭が非常に少子高齢化しているといえますか、私の家庭もそうなのですが子どもたちは出ていってしまって、おふくろと女房と私で毎年毎年歳を取ってしまうというか、そして孫は生まれないということがあられるわけです。どんどん、私の家もかなり少子高齢化しているのですが、それが全国的になるし、単身世帯も非常に増えてくると。そのような家庭構造が食生活のパターンを変える、それがその食料の在り方を変えていく、というような大きなこの需要側からの要因。それから、国際的にWTO世界貿易機関とか、自由貿易協定とか、国際約束を強いられてしまう。そのことが輸入を増やしてしまうとでもいいですか。去年の夏も韓国に行ったのですが、韓国からすごくピーマンやパプリカが輸入されてきます。高知県も大きな産地だったと思いますけども、そういうようなトマトだとかパプリカが輸入されてくると。国際問題から非常に影響を受けている。

それから、生産者が非常に高齢化している。少子高齢化、生産者の方も高齢化し、それから後継者がいないという意味で、非常にこの問題になっているような気がします。

それと、技術が非常に発達するという事です。中国で作ったギョウザですが、ギョウザはすぐに

腐りますよね。腐敗する。これが腐敗しなくて、中国で作ったギョウザが高度な冷凍技術により、日本でも食べられる。オーストラリアの牛、アメリカの牛、肉もすぐ腐るのですが腐らずに、私たちの家庭で食べてしまう。鮮度技術、パッケージ技術が非常に発達しているということが、グローバルな流通を引き起こします。

こういうふうなこの4つの要因プラス、最近の不況、これが食料消費に対して需要をどんどん後退させてしまっているような気がします。この5つのような要因がこの食料経済に影響して、私が見るところ1つは食の安全が非常に脅かされている。輸入が増えたという意味ですが、食糧経済に非常に問題が起こってくるような気がします。

特に、ギョウザ問題もそうなのですが、中国の冷凍ギョウザなど冷凍食品を作っている工場などに行っても、やはり安全性が良い所と、必ずしも良くない所とがあります。そういうことも含めて、いかにこの安全性を担保していくのかという話や、バイオエタノールがどんどん作られますので、そうしますとトウモロコシが家畜の餌だったのが自動車の燃料になってしまう。それで一気に市場価格が上がってしまう。非常に、そもそもその食料が確保できるのかという安全性と安全保障といえますか、質の問題と量の問題があるような気がします。

それから、何を作るのか、どうやって流通させていくのか、ということも大きな分野です。今日はこの1つではないかと思えますけれども、どんな売り方をしていくのか。大規模農業経営をやって、そして卸売市場、マルタカになって、そして高知県から大阪や東京にバートと持って行って、そしてあとはもう全然その生産者は関与できないといえますか、大規模経営、大型卸売市場流通、というふうな流通形態と、今日やるような市場外流通。卸売市場には持っていけない、小さな生産者が小さな土地を使ってやっていくひとつのルートというものも、少し対比して考える必要があるかなというふうに思います。

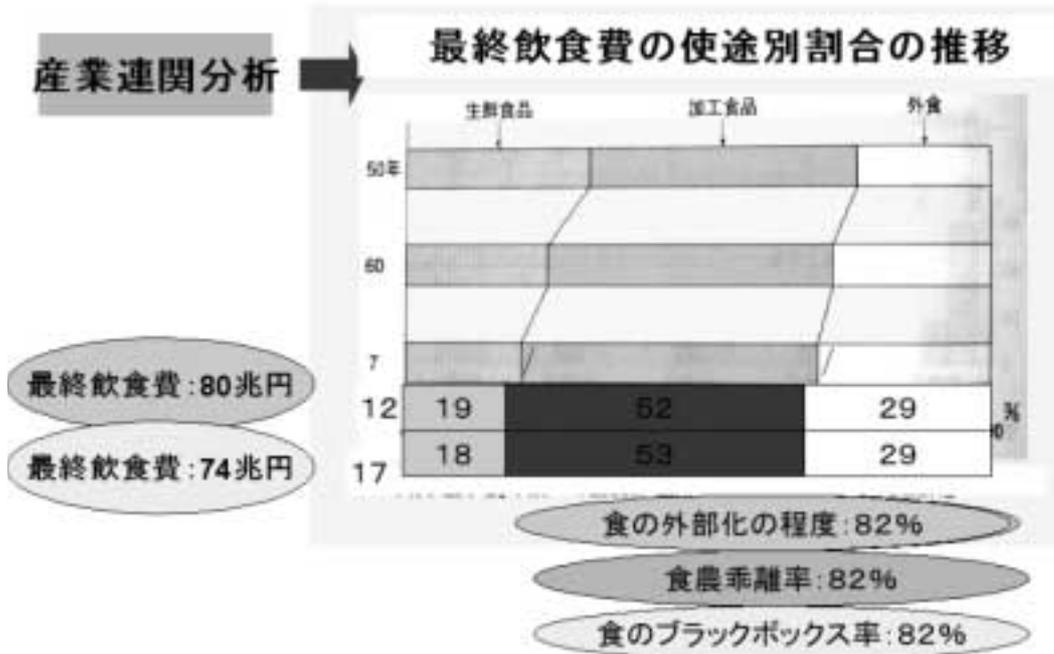
それから環境問題。農薬をどんどん使っている。大型ハウスの中で大量に農薬を使うとか、お茶の産地は化学肥料をたくさん使うとか、そうして地下水汚染を起こしていくようなその在り方に対する反省など、いろいろ食にかかわる環境問題があるような気がします。またどこでも焼酎産業が盛んですが、焼酎を飲むと当然廃液が出てくるのですが、その廃液を海に捨てているのですけれども、これもロンドン条約では禁止されている。では、いかに環境に負荷を与えないようなリサイクルを図っていくのか、そういうことが問題ですね。

それから第4番目としては、やはり農村というのはお金がないですけれども、富（とみ）はどちらかというとお金の富ですね。金額ベースの富は都市にあるのですが、でも農村には豊かな自然があって、そういう意味での豊かさはあるのですけれどもお金がないというわけですから、都市の人に来てもらって財布の紐を解いてもらって、農産物を買ってもらって、お金の豊かさは都市側で、それを農村に持ってきてもらう。そして、農村の豊かな農産物を都市に供給して、都市と農村の交流などを行っていく。これは、今日のお話の一部になってくるでしょう。

それから、最近自動車産業などでもすごく失業者が増えていますので、この失業者の受け入れ先としての農業の在り方。これも最近、直売所のいろいろな所を回ってみると、リストラされた人が田舎に帰ってきて、小さな土地を借りて、そこで生産をしながら直売所へ持って行って生活していると。その直売所の方もハウスを貸してあげたりして、ハウスを使うお金を貸してあげたりして、そこで生産してもらって持ってきてもらうとか、農村が労働力の受け入れ先とでもいいですか、それとしての機能というのを図っているような気がします。こう考えると、いろいろな分野で安全な食料を作るという意味では直売所が、そしてまた環境にも配慮するとか、都市と農村の交流を図るとか、それから失業者の受け入れ先だとか、いろいろな意味で直売所が機能しているような気がします。こういう意味でグローバルに考えると、非常に直売所の重要性があるような気がします。

そこで、現状の食をめぐるどんな環境にあるかを少し見ていきたいと思います。

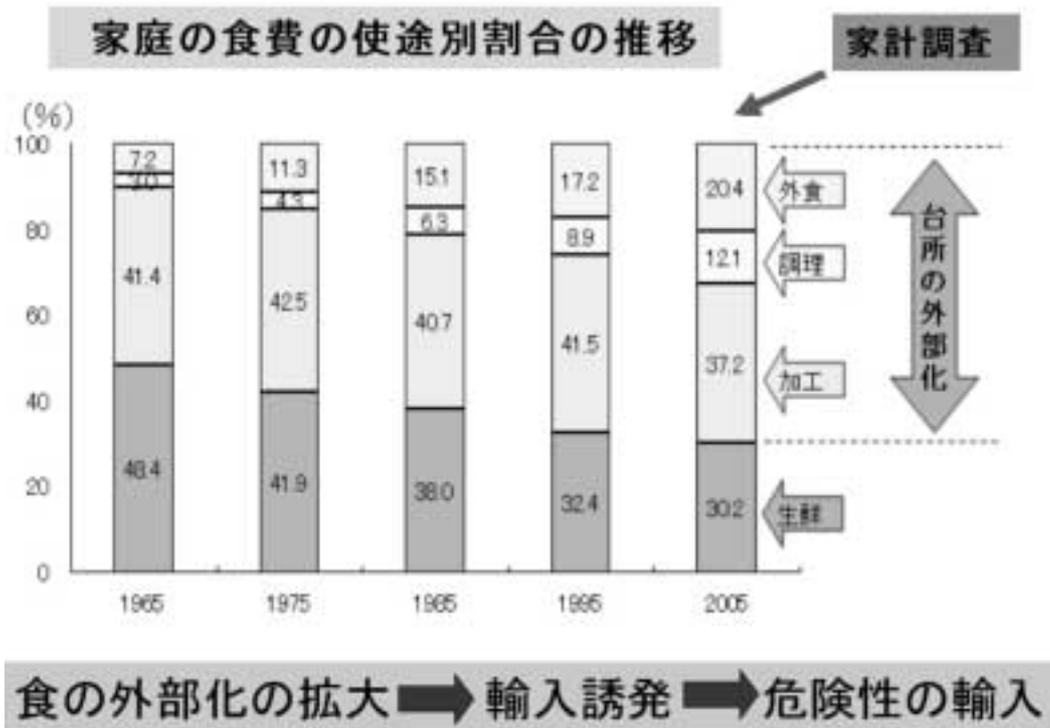
(2) 食の縮小と外部化とブラックボックス化



私たちの1年間に食べたり飲んだりするお金というのは年間74兆円だそうです、産業連関表というもので計算すると74兆円。その5年前は80兆円あったのです。80兆円あったのが74兆円になってきて、5年間に6兆円も胃袋が小さくなるといいますか、財布が小さくなっているような気がします。食料に払うお金というのが、どんどん毎年小さくなっていく。1年間に1.2兆円ずつ縮小しています。ですから、これは平成17年のデータですが、でもこれは最新データなのです。それも去年出たばかりのデータなのですが、5年おきに計測していくのですが、この不況でまた小さくなっているかもしれません。ですから、どんどんこの胃袋は小さくなり、財布が小さくなっているわけです。

ですからもう食糧産業が大量に売れるとか、大金持ちになるとか、そういうことはもうあり得ない。どんどん縮小している。日本人の少子高齢化がこういうふうにさせると思いますが、全体では縮小していると。しかも、その中で生鮮品をどんどん買わなくなって、加工品や外食産業にずっと依存していくような気がします。私も毎日、弁当は大学の食堂で食べていますが、結婚したときは弁当が3段ぐらいあったんですけど、2段になって、1段になって、ゼロ段になってしまいました。愛もどんどんなくなってしまって、愛もゼロか、弁当もゼロかというところです。昭和何年かに結婚したのですが、時代とともに変化してきました。結婚当時には何か家庭でも作っていたと思いますが、でも、女房ばかり攻められない。女房も働いていましたので、日本の消費者、日本の女性も外で働いていますので、弁当まで作る時間がなくなったというふうなことかもしれませんが。そして、レストランに行ったらギョウザが出てきて、そのギョウザの中に何か毒が入っていたとか、そういうふうになってくるし、この加工食品の食材の中も、高知県のピーマンではなくて韓国のピーマンが使われるとか、そういうふうになってくるような気がします。

言いたかったことは、全体的な縮小と生鮮品の割合の縮小が重なっているということです。そして食が外部化されて、家庭外に食が依存し、そして輸入品が増えてくる。その輸入品はどこから来たのか分からないし、元をたどっていてもなかなか分からないというような構造になってしまっているような気がします。



今お話したのは日本全体のマクロ統計なのですが、実はミクロ統計とでもいいますか、各ご家庭、日本の約8000世帯を調べた統計を見ても、やはりご家庭においても生鮮品の割合が減って加工品が増えているし、外食も増えている。きっと今日この中で、お味噌を自分で作られる方はほぼいないのではないのでしょうか。ましてやしょうゆを作られる方はいないでしょう。以前、子どものころは味噌も醤油も作っていましたけど。漬物も家庭で作られている方は少ないような気がします。韓国へ行ったら、各家庭でキムチを作っていると思っていたのですが、実は、デパートでもキムチはたくさん売っていて、若い人はみんなキムチを買っているのですね。「おお、韓国でもそうか」と思いました。加工品もどんどん増えてきております。

ですから、台所がアウトソーシングされてしまう。そして、輸入を誘発する。ですから、こういう業者の方が海外品を使うということになると輸入が増えて、そしてその危険性まで、生協が発注したギョウザからメタドホスが検出されるというようなことも起こり得る。そういうことがどんどん起こってしまっているというような気がします。

今お話したのは、主に家庭側といますか消費者側からの話だったのですが、生産側もやはりいろいろ輸入を誘発するような条件があります。

(3) 国内生産量の減少が誘発する輸入増加



これは日本の長期統計を見たものですが、高度経済成長期、昭和36年、1961年の農業基本法ができたころから、(高知県もそうなのですが)野菜の生産が増えてきましたけれども、日本全体では82年くらいからずっと野菜の生産が減ってしまっているのです。

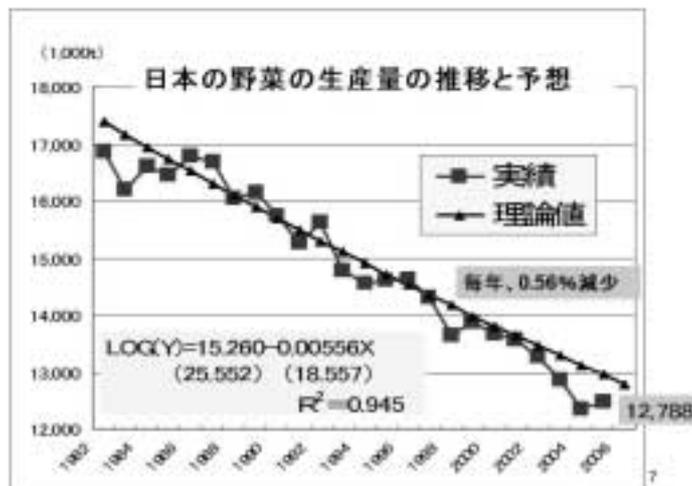
農業基本法の下、拡大してきていたのですが、ここに至って非常に減少傾向にあると思われます。それから日本全体の野菜生産は減ってしまい、

下降傾向にあり、今後もこれは続いていくのではないかと思います。

高知県の野菜はどうでしょうか。野菜の生産力はどうか、最近統計を見ていませんが。これからきっと、生鮮野菜はすごく宝になってくるのではないのでしょうか。農薬のかかかっていない新鮮な野菜は、本当に貴重品になっていくような気がします。

輸入がどんどん増えていくと、こんな統計になっていくような気がします。これをトレースしても、非常に統計的にも優位なものになっていくのですが、2002年、2003年に冷凍ホウレンソウに基準値を超える残留農薬が検出されたのですが、次の年にはまた増えていくということになっています。ちょうど、そのころ上海の調査に行っていたのですが、上海にも大きな農地があります。そこでキャベツを作っていました。冷凍ホウレンソウの問題が起こった次の年には、上海からどんどんキャベツやネギなどを送っていました。東北の方で野菜の生産が少し日本はダメージを受けたのですが、日本人は忘れっぽいのか、あんなに問題になったのがうそのように、中国からどんどん輸入されました。それから、今度はポジティブリスト制度(注1)に移行しました。そして、ギョウザ問題が起こってまた減ったのですが、去年の秋ごろからまた中国から野菜の輸入が増えてきました。今もずっと中国からの輸入が増えています。このように、何か事故・事件が起こると

ずっと落ちるのですが、しばらくするとまた上がって、何かあるとちょっと落ちてというような、波を打ちながら少しずつ右上がりに行っていくような気がします。

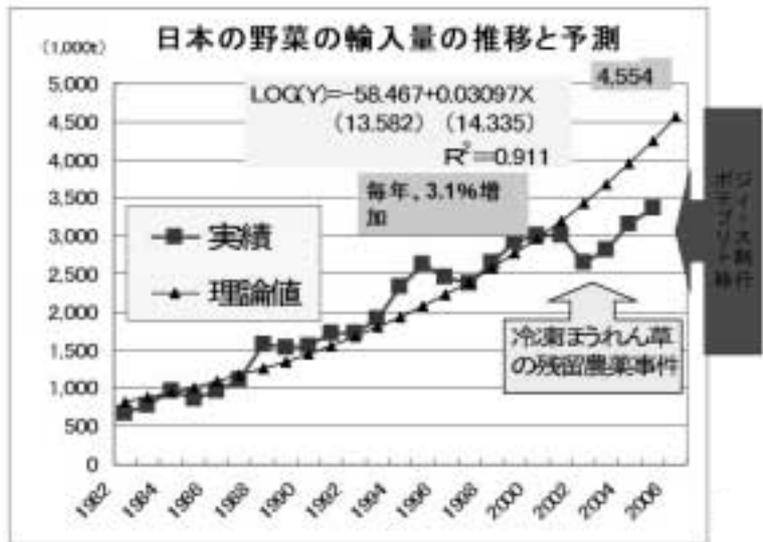
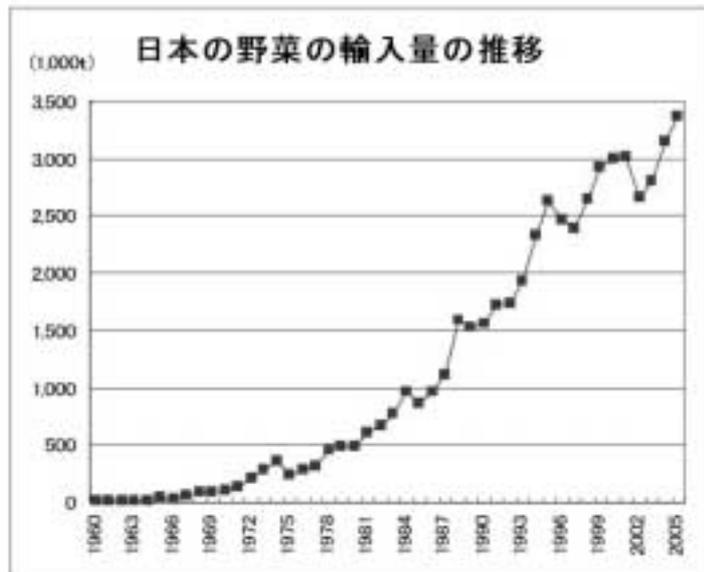


※注1 ポジティブリスト
食品衛生法に定められる残留農薬法に関するポジティブリスト制度のこと(農業・動物用医薬品、飼料添加物(農薬法という)などを対象に、その成分が一定基準を超えて残留する農作物、食品の製造・輸入、販売を原則禁止する制度。

中国側も、農村に行ってみると安全性に対して非常に配慮するようになってきていることも事実で、あのギョウザ問題といいますが、天洋食品のようなのはまれなのかもしれません。いろいろな食品工場を見てみると、非常によく管理しています。特に、日本人が駐在している会社などは非常に安全性に配慮してやっているわけで、すべて中国が悪いわけではないのです。

それから、次は少し流通の問題に話をすすめます。

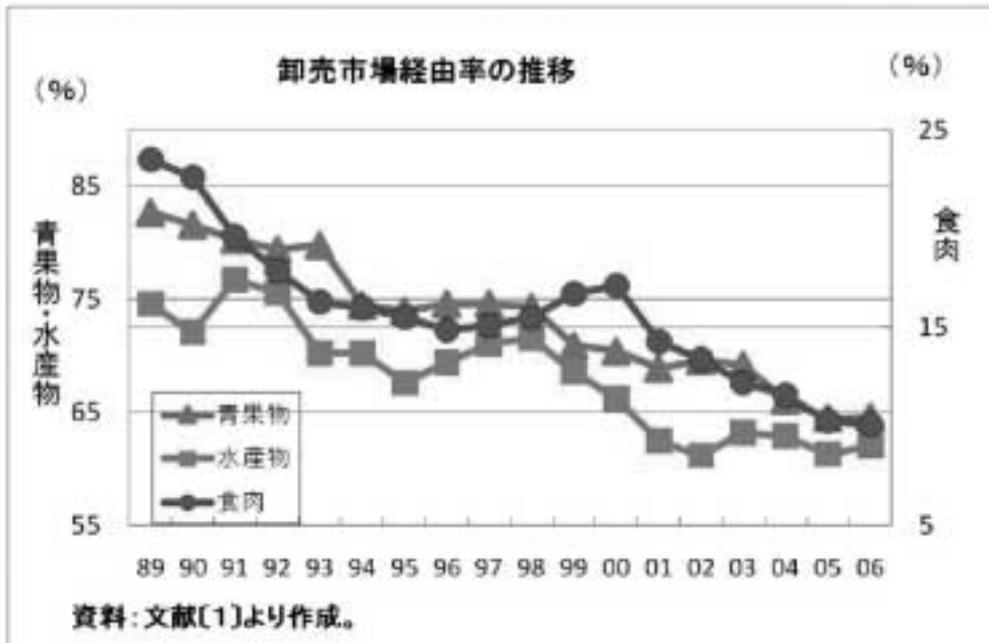
農産物は大体普通は農協を通じて、そして卸売市場の中の卸売業者さん、それから仲卸、それから買い出し人を通じて消費者に行きます。生鮮品のこの市場を通る割合を「市場経由率」といいますが、日本国内で流通している野菜と果物のうちに卸売市場を通るのは65%ぐらいで、どんどん落ちていくのです。ですから市場を通らない。それは海外から直接入ってくるとか、今日の話の生産者側が直売所を通して消費者に持っていくとか、こういうケースがすごく増えてきていると。卸売市場流通が少しずつ落ちて、市場外流通が少しずつ増えていくというような状況にあります。



(4) 食料流通構造の変化～市場外流通の拡大～



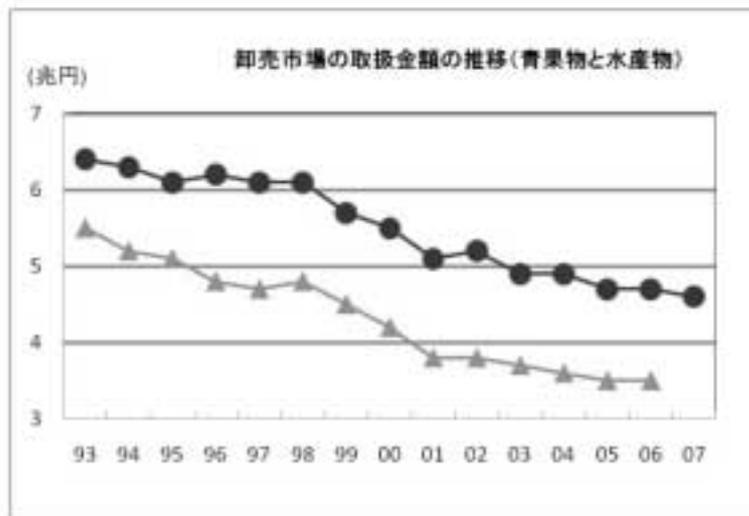
(5) 卸売市場の経由率と取扱量の減少



これは市場経由率を見たものですが、食肉は、今や10%ほどしか卸売市場を通過していません。それから、青果物について言うと60数%だったのです。80%以上あったものが、今はずっとこの直売所が増えて、市場流通が非常に減っていくというような状況です。ですから、高知市内にも市場がありますが、それから赤岡にも一度訪ねていったことがありますけれども、女性の社長さんにもお会いしていろいろお話を聞いたこともあります。日本全体的には減少傾向にあります。

それから、これは取扱金額が年々減少していることが分かります。

では、逆に増えているのは直売場なのですが、これは年間28億円売っている福岡の伊都菜彩という直売所です。ここは熊本県のメロンドームという、年間15億円ぐらい売り上げのある所ですが、非常に活気にあふれているような気がします。



福岡県内には200カ所ぐらいの直売所があるのですが、良い所・悪い所いろいろですが、「うきは」という所があるのですけれども、平成12年にできたときは4億円ぐらいだったのですが、今は7億円ぐらいになっています。レジの通過客も、36万人だったのが約50万人になっています。大体1,500円ぐらいの一人当たりの単価になっています。その中でも何が一番売れているかというと、ここは果物産地なのです。ナシがあつたりブドウがあつたりカキがあつたりする季節ごとの果物産地なので、果物の割合が30%ぐらい。それから、どういうわけかすごく弁当が売れるのです。1つの棚で年間に5,000万円売れるとか、それが2つあつたら1億円です。家庭で作る弁当も今や直売所で買う弁当、子供の運動会に行くときは、お母さんは弁当を作るのではなくて、直売所で弁当を買って、運動会に行っているのではないかと思われるのですが、すごく弁当が売れています。

道の駅うきはの物産館の販売額の推移

(単位：百万円、千人、円/人)

	直売所販売額	レジ通過客数	客単価
平成12年度	428	361	1,185
13年度	549	435	1,263
14年度	603	468	1,288
15年度	677	520	1,303
16年度	630	488	1,289
17年度	663	510	1,300
18年度	694	514	1,350
19年度	700	510	1,373
20年度	706	498	1,418

資料：道の駅うきはの聞き取り調査より作成。

道の駅うきはの部類別販売額構成比(平成20年度)

(単位：百万円、%)

	販売額	構成比
野菜	132	18.7
果実	207	29.3
苗木類	50	7.1
乾物類	78	11.0
総菜・弁当・菓子などの加工品	160	22.7
漬物・豆腐・味噌などの加工品	40	5.7
雑貨類などの工芸品	7	1.0
その他	32	4.5
合計	706	100.0

資料：道の駅うきはの聞き取り調査より作成。

また、いろいろな話を聞きました。この「うきは」という所は棚田百選に選ばれた、非常に棚田の多い所なのですが、棚田の美味しいお米が取れるのです。山ですから、ギンナンも取れます。それからシイタケもあります。おじさんがシイタケやギンナンを集め、おばあさんがお米を炊いて、弁当を作るのです。70代のおじさんとおばさんですよ。そして600万円も売り上げるのです。驚きましたね。「私たちにほどこにも働く場所がないけど、直売所に行って600万円稼いだ」と言うのです。お客が付いて、その人の美味しいお弁当を買うという。地域資源を使った棚田のお米、自然に恵まれたシイタケ、ギンナンを使った老人でもできる弁当。買う方にとってすごく魅力ですよ。そういうこともあって、地域資源を非常によく使っているような気がします。

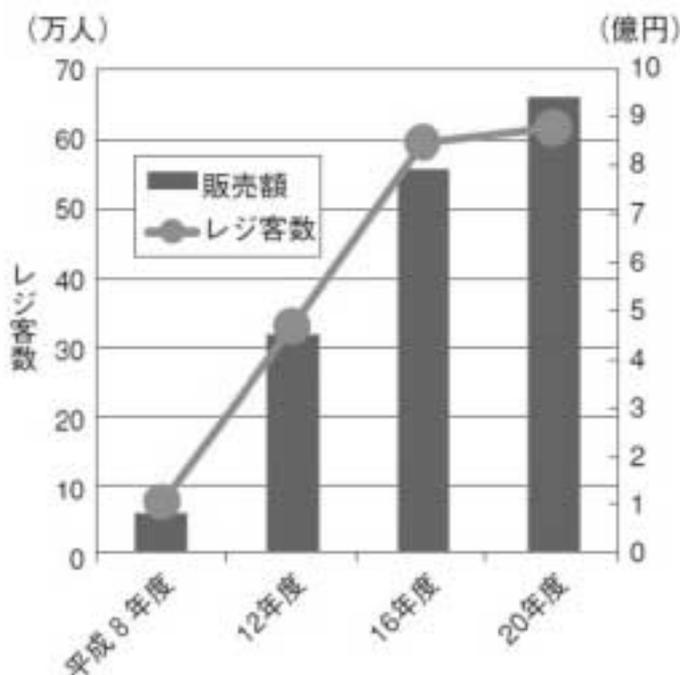
そこから 10 キロほど先に、JAがやっている直売所があるのですが、平成 16 年に造ったときに 4 億だったのですが、今は 8 億 5,000 万円ぐらい売って、通過客も 61 万人ぐらい来ています。ここも大きなカキの産地です。そして、京都や大阪に流通する大きな選果場があります。その横に直売所を造っていて、そこに人がたくさん集まってきているような気がします。また、ここは農家レストランを併設しています。

「まんてん市場」の販売額とレジ通過客数の推移

(単位：百万円、万人)

	販売額	レジ通過客数
平成16年度	400	43.3
17年度	473	44.0
18年度	579	49.0
19年度	697	56.0
20年度	852	60.8

ファームステーション・バサロのレジ客数と販売額の推移



それからこれは「バサロ」という所でこれは「たくさん」という意味ですが、「ファームステーション・バサロ」、「非常に多い」という意味で地方の言葉ですが。そこでも 9 億円ほど売り上げがあります。最初はほんの少ししかありませんでしたが、できたのは平成 8 年ですからかなり早く造った、福岡県内で最初の道の駅なのですが、今や 10 億円になっているような気がします。

ただ、これも 10 キロ範囲ぐらいに 3 つも 4 つも出てきて、最近は少し乱立気味で、少しレジの通過客も少し減ってきましたし、この道の駅は県内では一番早く造ったということもあって、ここも生産者が随分と高齢化し始めました。ですからどうやって集荷を、生産を維持し、またどうやってそれを道の駅まで持ってきてもらうかという、

その仕掛けが非常に難しくなってしまうと、今日お話があると思いますが、集荷対策をどうやってやるのかということが課題のような気がします。直売所の高齢化、それから納入、支払いですね。これらがどんどん問題になってきています。

ですから遠くの、例えば観光地の阿蘇は、非常に夏冷涼な地域ですが、この福岡のバサロの所はやはり夏は暑いですね。夏は暑いものですから、夏野菜ができない。片や、その阿蘇の方は非常に山の上なのですが夏冷涼だということで、そこで野菜を作ってこっちに持ってくるかと。お互いに道の駅なので、道の駅同士の温度差を利用した生産をし、そしてその交流を図っていくというような。それもなかなかいいアイデアなのですが、どうやってその物流をうまくやるかというのが、ま

た課題のような気がします。あまり遠くても物流問題があるし、量の確保が課題になってきつつあります。

2. 直売所の多面的機能～ホスピタリティ機能の重要性～

- ①販売額向上による地域経済活性化機能
- ②生産者と消費者の直接交流機能
～情報の非対称性解消～
- ③食料の自給率向上機能
- ④フードマイレージ短縮機能
(物流エネルギーとCO₂の削減機能)
- ⑤「新鮮さを防波堤にしたセーフガード機能」
- ⑥「社会化されなかった資源の社会化機能」

さて、それが現状なのですが、今日の本題のホスピタリティについて少し考えてみましょう。

いろいろと直売所を回ってみて、いろいろあるのではないかと思います。考え付くままに整理してみると、やはり地域に非常にお金が落ちるのです。7億円、8億円とか、小さい範囲内でも、売り上げが20億円ぐらいになってしまったのです。それは農協流通の分が減って、その地場流通の分が増えたというわけでもなくて、農協の流通はそんなに落とさなくて、ある意味ではプラスアルファで非常に伸びてきたというふうに思います。そういう意味では、地域活性化効果が非常に大きいのではないかと、地域のその経済を活性化させた。

それは、主に、道の駅うきはも、まんてん市場も、バサロも、福岡から1時間ほどの距離なのです。140万の人口のある所から、ここは郡部の方ですから1時間ぐらいで都市高速で来られるのですが、主に都市住民が財布を持ってそこで20億円ぐらいを落とすという事です。そういう意味では、20億円ぐらいの地域活性化効果があったのではないかなと思います。

それから、生産者と消費者の交流ができるということで「会ってきたらどうか」と提案した。生産者と消費者との区別がつかないから、生産者の人は法被を着てものを並べるとか、赤い帽子などをかぶるなどして、生産者ということが分かるようにした。生産者が法被を着て直売所に来て、食べ方などを教える。直売所で消費者と生産者が交流するといっても、生産者が朝早くものを置いて行ってサッと帰って、後は消費者が来て、売れ残ったらまた夕方生産者が来て持って帰るとい、すれ違いを起こしていたのです。だから、もう少し直接交流する手法はないのかということで、法被を着たり帽子をかぶったりして、試食販売まではいかないのですが、食べ方の説明や作り方の話などを図るようなことをやってはどうかなと感じた。それはある意味では情報の非対象性ともいいますか、生産者の持っている情報と消費者の持っている情報を交流して、お互いにミスマッチがないようなことをやったらいいのではないかと、そういう機能もあるのではないかと思います。

それから、自給率を向上させていくということです。中国のネギを買わなくて地元のネギを買うわけですから、自給率も向上するし、フードマイレージも短縮できます。最近、オーストラリア

やカナダから持ってきた小麦粉でパンを作るのではなくて、地元のコメの粉でパンを焼き、ケーキを焼き売っています。そういう意味では物流のエネルギーも削減するし、CO2も削減します。

それから、「新鮮さを防波堤にしたセーフガード機能」と、適当な造語なのですが。なぜこのような造語を作ったかという、九州は豊表や白い深ネギの産地なのですが、実はこれが中国からたくさん輸入されて、関税を掛けるセーフガードをやったのです。それに対して中国政府はすぐ反発しまして、今度は日本から輸出する冷蔵庫やいろいろなものにずっと関税を掛けてきました。中国はすぐに対抗措置をしますので、日本政府がセーフガードをすると、また向こうは腹を立てて対抗措置をとり、関税を高くしてしまう。国際約束では、セーフガードは発動してもいいということになっているのですが、やってもいいが、やると相手が反発する。だけど、生産者がより新鮮なものを作って消費者を自分の所に呼び込んで販売する、いわゆる生産者と消費者がタッグを組んで、国産のものをより消費することについては相手方は何も言えないと、輸出国は何も言えないわけです。そういう意味を含めて、日本国内の生産者と消費者が手を組むことによって、国際的なセーフガード機能を果たしているのではないかという意味です。

それから、「社会化されなかった資源の社会化」という機能もあるということですが。70歳近いおばあさんとおじいさんが、非常に耕作しにくい棚田百選に選ばれたようなほんの耕作放棄地になるような小さな畑なのですが、直売所ができたためにおばあさんもおじいさんも活気づいたといいます。直売所がなかりせば、たぶん捨てられてしまった土地、それからゲートボールとテレビばかりやっていた老人のパワー、それからきっと小さなハンドトラクターのような小さな労働力、小さな農業機械、小さな土地といいますが、日本農業は大規模経営、大型ハウスを造って、そして大都市に出荷していくというような農業政策、以前は4ヘクタール以上でないともう農業政策の対象にしないとか、私も国の農業政策「食糧農業農村政策審議会」の委員をしていたのですが政策部会長やっています、来月には答申されると思いますが今、食糧農業農村基本法の下で食糧農業農村基本計画の第3次の基本計画を作っています。その第1次の基本計画を作ったときに関与していて、その部会長をやっていたのですが、当時の小渕首相の首相官邸で報告しました。「自給率が45%です」何かしら国際化の荒波ということを念頭に置くと、「日本農業は足腰を強くしなければいかん」、「大規模化しなければいかん」というふうに、大規模化にしてコストを下げ、海外に対応するというふうな政策の方向性がありました。私は何となくしっくりいかなくて、いつも「そうではないんじゃないでしょうか」というふうなことを言っていたのですが、私の意見はなかなか通りませんでした。

でも今にして思えば、やっぱり私は正しかったのではないかと思うのです。それは、東北地方などの非常に大規模な水田地帯を念頭に置くと、そういう大規模農業論も成立するのですが、高知県や福岡県などのあまり広い農地がない、小さな土地しか使えない所は、それこそそのモデルはなかなか当てはまらないのではないかというふうに私は実感としてありました。むしろ小型農業で、もう少し消費者との連携を図るような、振り返ってみたらそこには小さな土地がたくさんあるし、老人といえども知恵があり、漬物を漬ける知恵があり、いろいろな農産物を作る知恵がある、小さな機械もあるじゃないかと。やはりここに目を向けた方がいいのではないかという意味で社会化されなかった資源の社会化機能があるし、最近で言えば、会社でリストラされた方が農村に帰ってくれば、わずかな土地でもなにがしかの収入も挙げることができるという意味で、農村に帰ってくれば生きていける道もあるのではないかという意味では、社会化されなくなった資源を社会化するという意味もあるのではないかというふうに思っています。

それから、直売所には、60万人の人が財布を持ってきており、都市と農村の交流をしている。また最近、直売所では学校給食にかかわっておられる直売所の生産者が、学校給食用に作物をつくり、また生産者の方が小学校に出むき地域の農産物の話などをされるという意味では、食育の推進

にもなります。

昨年韓国に行ったら、韓国の農協がAコープみたいなものを作っているのですが、Aコープが学校給食に持っていつている。これはきっと日本人の真似をしたのです。そしたら今度驚いたことに、もともと韓国はすごく教育熱心なのですが、高等学校にも給食があつて、昼の部と夜の部の夜も給食を出すらしいのです。韓国人がすごく勉強をするので、学校で夜も給食があるということで、いったんその農協の選果場に集めて、そこから各学校に昼の分・夜の分まで納入しているというふうに聞きました。

2. 直売所の多面的機能～ホスピタリティ機能の重要性

⑦グリーンツーリズムのための都市農村交流センター機能

⑧食育推進機能

⑨生産者の身体的健康増進機能(医療費削減機能)

⑩生産者の精神的健康増進機能

⑪消費者をもてなす機能

$$\text{直売所のホスピタリティ機能} = \text{⑨} + \text{⑩} + \text{⑪}$$

地域の子どもたちとの連携も図っていく必要があるし、それから今日お話しするような健康増進機能とでもいいですか、福岡県は随分医療費が高い県らしいのですが、生産者を訪ねていくと、高齢の人も頑張っておられるという意味では、高齢者の身体を増進する機能があるのではないかな、それから、生き生きと働いておられるのではないかなというふうに思います。今日も後からお話をいただけるでしょうけど。

さて、私は88歳の母と一緒に暮らしているのですが、何となくやることがないのですね。畑もないし、直売所もないし、何となく最近元気がなくなってしまったような気がしますけども。もっと何か畑があつて、どこかに売りに行けば、おふくろも元気を出すのではないかと思います、どうなんでしょうかね。これから都市に生活するアパートに暮らしている人たちは、高齢化したら何をするのでしょうか？朝起きて、テレビをつけて、またテレビを見て、また眠って、またテレビをつけてと、どんな人生が本当に幸せなのだろうというふうに、最近私も年をとったせいか、大都会のマンションで老後を迎えるということが良いのか、農村の小さな畑でも耕して、直売所に持っていつて、いろいろな会話をして、お互いにコミュニケーションを図りながら自然を相手に生きていくという方が何か幸せではないかというふうにいつも思うのですが。そういう意味では農村に暮らす喜びとでもいいですか、それをやはり再発見する必要があるのではないかというふうに思います。

それと、消費者をもてなすといいますか、来客をもてなすような機能を直売所は持っているのではないかというふうに思いまして、この8番目と10番目と11番目をホスピタリティといいますか、人を温かく迎えるという意味のいわゆるホステスですね、皆さんよくご存じのホステスさん。農村のホスピタリティ機能があるのではないかというふうに思っています。そのことが私の研究の背景です。

3. 不況下の顧客満足度調査

(1) 農産物直売所における品目別顧客満足度

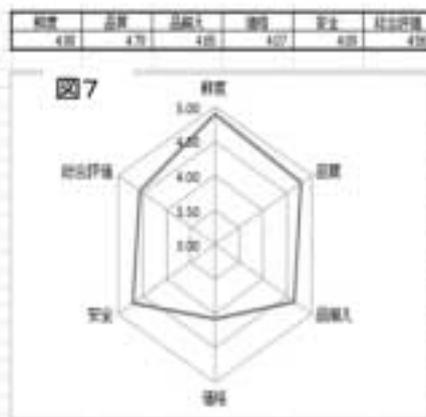
野菜の評価項目と総合評価

(単位:人)

	評 価				
	5	4	3	2	1
鮮度	285	20	6	0	0
品質	256	44	11	0	0
品揃え	233	51	22	5	0
価格	135	89	64	20	3
安全	242	46	20	2	1
総合評価	190	107	12	2	0

注:5=非常に良い、4=良い、3=普通、2=悪い、1=非常に悪い。

野菜の評価のレーダーチャート。



では、少しそれを実証してみたいというふうに思って、消費者のアンケートを取ってみました。まず、買い物をした人を捕まえて、「この野菜はどう思いますか」と、「この直売所の野菜の鮮度はどういうふうに思いますか」と5、4、3、2、1と小学校の通信簿みたいに「良かったよ」、「非常に良かったよ」と答えた人が285人、4と言った人が20人、「普通だね」と言った人が6人、「ちょっと悪かった」や「非常に悪かった」というような人はいなかったということですが、丸をつけてもらいます。「品質はどうでしょうか」とか「品ぞろえはどうでしょうか」とか「価格はどのようにでしょうか」とか「完全性はどのようにでしょうか」とかを聞いて、総合評価して、「この野菜を総合評価すると5、4、3、2、1は何でしょうか」というふうに聞くと、「非常に良かったよ」という人が190人おられたということです。この平均値を出して、鮮度の平均値は4.9、品質は4.78とか、それでこのようなマークでレーダーチャートを作ってみると、「鮮度はすごく良かった。だけど、ちょっとやっぱ高いんじゃないか」というふうなご指摘もあるような気がしますが、思ったよりちょっと高かったというふうな。「スーパーよりかは安いんだけど、もっと期待していたよりかはちょっと高かった」というような答えが生じたというのはすごく何かわがままでなと思いますけれども、もっと安ければほぼ良かったというふうに言っているような気がしますが。こういうふうなレーダーチャートを作っています。

これは野菜だったのですが、果物についても食肉についても、それから総菜についても、それから苗物も作っていましたので苗物とか、いろいろな品目について、それから最近は漁協と提携して鮮魚もやっていますので鮮魚についても聞いてみるし、また、畜産農家の方が持ってくるのですね。牛を屠畜場に持って行って、それを買い戻して自分たちで直売所で売るとか、しかも高いのです。

100グラムが900円とか、そんなすごく高い牛肉も売っています。もちろん安いものもあるのですが、それから豚肉もあるしニワトリの肉もあるしというふうなことです。豚の生産者も近くにいるのですが、これも何か国産食肉センターから買い取って、自分で販売されています。それで、中には生産者が試食販売までやっておられるのです。それについていろいろ、それから鮮魚についてもいろいろと、すごく鮮度がいいというふうなことです。

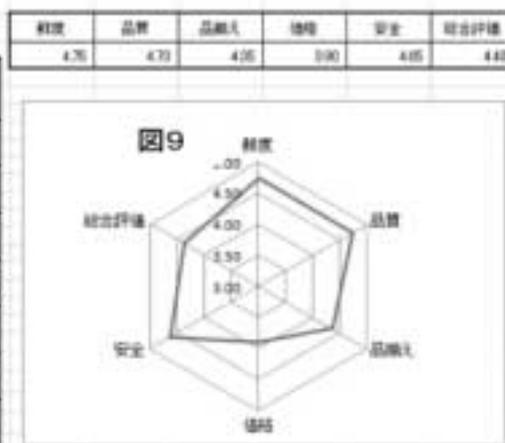
食肉の評価項目と総合評価

(単位:人)

	評 価				
	5	4	3	2	1
鮮度	191	42	4	2	1
品質	186	46	5	3	0
品揃え	137	62	32	7	2
価格	82	78	55	24	1
安全	174	49	16	1	0
総合評価	122	92	25	1	0

注: 5=非常に良い、4=良い、3=普通、2=悪い、1=非常に悪い。

食肉の評価のレーダーチャート。



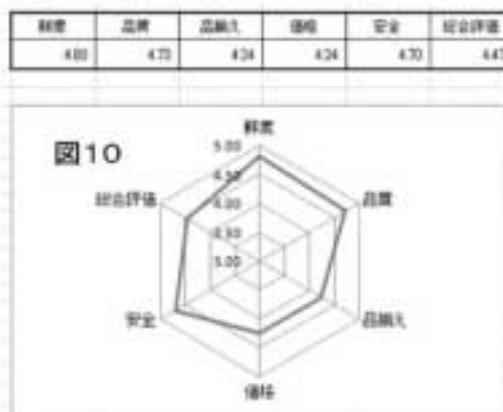
鮮魚の評価項目と総合評価

(単位:人)

	評 価				
	5	4	3	2	1
鮮度	244	30	12	1	0
品質	227	45	13	2	0
品揃え	164	53	47	22	1
価格	150	74	47	14	2
安全	222	44	20	1	0
総合評価	161	102	21	3	0

注: 5=非常に良い、4=良い、3=普通、2=悪い、1=非常に悪い。

鮮魚の評価のレーダーチャート。



やはり、スーパーの魚というのはどうしても魚市場に行き、それから中卸して流れてくるわけで、鮮度という意味では少し落ちていきますよね。野菜もそうですが、ここでは漁師が直接持ってきますので、やはり非常に鮮度がいいと思います。卸売市場も通っていません。卸売市場も遠いから、物流的にも随分動いています、距離も非常に港から近いので、小さな漁協から近いということです。電話がきたら10分ですぐに持ってこられるような距離にあるという意味では、いつも新鮮なので非常に私たちにしてみればすごく便利な所です。漁民の方がすごく喜んでいるのです。その卸売市場に出す魚というのは規格が決まっています、それより少し小さかったらもう売れない、規格が大き

かつて売れない、出せないということなので、非常に規格をやかましく卸売市場は言います。だけど、俗に言う雑魚なのですが、雑魚でもすごく新鮮でおいしいですよ。特に南蛮漬なんかはとてもおいしいのですけれども。でも、なぜ皆さん買わないのかなと思いますね。消費者の方も、南蛮漬の作り方を知らないのかな、作るのが面倒くさいのかなというふうにも思いますが。新鮮な雑魚をたくさん買えるし、また明日も日曜日なので、ちょうどコウイカがまた水揚げされる時期ですけれども、四季折々の鮮魚が食べられる、新鮮な魚が食べられるということです。

先週、私はエイを買ってエイを料理しましたし、それから小さなアンコウも売っていたのですが、アンコウが1皿500円でした。アンコウ料理の作り方をネットで調べて、ちゃんとアンコウ鍋ができたのです。

それで、いろいろな品目について聞くし、また「ではこの店舗全体についてどうですか」とか、「接客態度はどうですかね」、「照明はどうでしょうか」、「品ぞろえはどうでしょうか」、「レジの数はどうでしょうか」、それから「店舗の配置はどうでしょうか」とか、「駐車場の広さはどうでしょうか」、「総合評価は何ですかね」というふうに聞くと、こんな数でした。「レジの数はいいね」と。「でも、ちょっと接客態度が悪いんじゃない?」とか、それから「店舗配置がちょっと悪いのではないか」とかいうようないろいろご指摘を受けて、「じゃあ、こういうふうに改善しよう」というような提案に結びついていくような気がします。

これは消費者がどういうふうを考えていたかということの品目別、それから店舗全体についての評価をもらいました。

(2) 農産物直売所における店舗の顧客満足度

接客態度	照明	品ぞろえ	レジの数	店舗配置	駐車場の広さ	総合評価
4.24	4.53	4.35	4.55	3.88	4.69	4.35

総合評価の評価項目

(単位:人)

	評 価					
	5	4	3	2	1	
接客態度	141	68	68	3	0	0
照明	174	81	26	0	0	0
品ぞろえ	143	100	31	7	0	0
レジの数	187	62	31	1	0	0
店舗配置	111	73	54	41	2	2
駐車場の広さ	222	37	18	3	1	1
総合評価	134	124	21	2	0	0

注:5=非常に良い,4=良い,3=普通,2=悪い,1=非常に悪い。

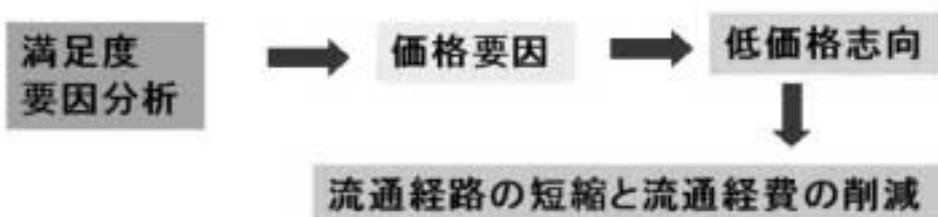


そこで私が考えたのは、この最後の野菜についての総合評価には何が影響したのかというふうな、消費者の心は何によって総合評価を与えたかというふうな考えてみると、これがケースですが、「安全性が非常にやはり問題だ」とか、「非常に安全性がいい」とか、「価格がスーパーに比べたら安い」と。「もっと安ければいいんだけど、まあスーパーよりかは安い」とか、それから「品質がいい」、「鮮度がいい」というふうな答えて来ています。果物についてもそういうことが言えるし、食肉についても言えるし、苗物、総菜、弁当、それから鮮魚についてもいろいろ、消費者からもらった300人ぐらいのアンケートでその計量を分析していくというふうな計量化していきました。

それを一覧表にしたのがこれですが、野菜の総合評価には何が一番影響したかという、やはり安全性が非常に影響したのではないかと。2番目は価格、3番目は品質でした。果物についてもやはり品質、価格。それから食肉は価格、品ぞろえ。青果や苗物は品ぞろえや価格。それから、鮮魚は価格です。こういうふうな、何が一番消費者の心に影響を与えたのか、満足度に影響を与えたのかというふうな計量分析してみると、非常に最近では価格がやはり影響しているかというふうな気がします。それから低価格志向なのですが、私もなぜ直売所まで朝早く起きて行かなければいけないのかとよく分からないのですが、きっとたくさん買っても5,000円ぐらいにしかならないからですね。魚といっても、新鮮な魚が1皿500円ですからね。アンコウを2匹買って500円ですからね。エイの切り身が200円ですからね。すごくいろいろな食べ方ができます。低所得帯には非常に便利ですけど。こう考えるとやはり流通経路の短縮や流通経費の削減ということがやはり、この不況の下では考えていくべき時代にきたのではないかとというふうな、この消費者のアンケートから言えるのではないかとというふうに思います。

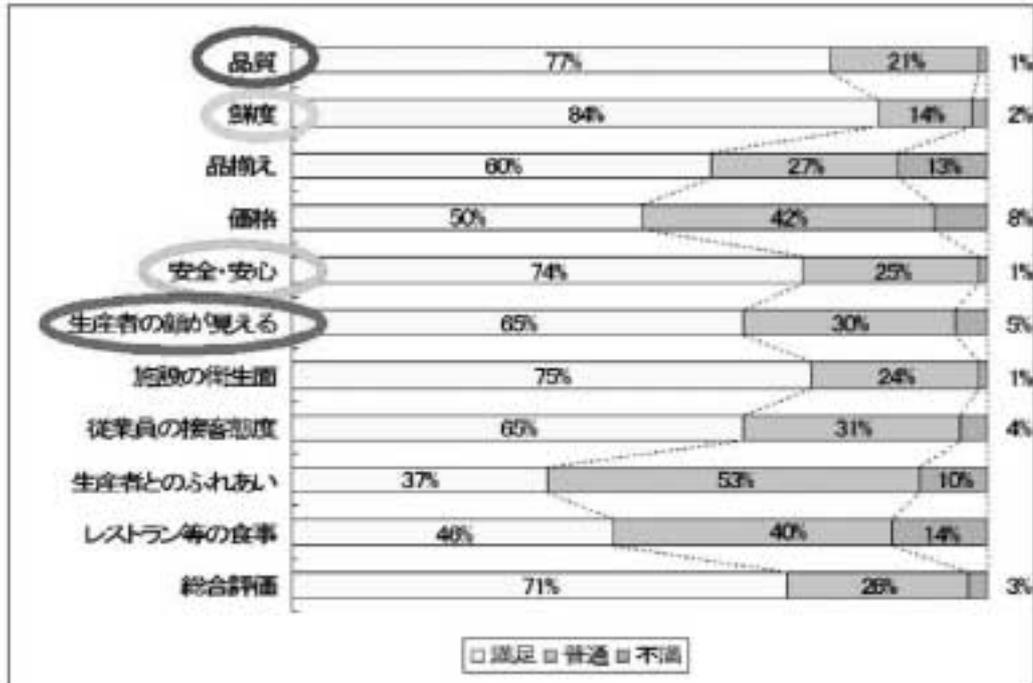
品目別総合評価に与える項目の順位と影響力

		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
野菜	項目	安全	価格	品質	品揃え	鮮度
	パラメータ	0.3041	0.2849	0.1730	0.1577	0.1291
果物	項目	品質	価格	品揃え	安全	—
	パラメータ	0.2878	0.2813	0.2022	0.1525	—
食肉	項目	価格	品揃え	品質	鮮度	安全
	パラメータ	0.2539	0.2498	0.1842	0.1729	0.162
生花・苗物	項目	品揃え	価格	安全	品質	—
	パラメータ	0.3547	0.3281	0.2169	0.1156	—
惣菜・弁当・菓子	項目	安全	価格	鮮度	品揃え	—
	パラメータ	0.3115	0.2983	0.2896	0.1283	—
鮮魚	項目	価格	品揃え	安全	品質	—
	パラメータ	0.3520	0.1990	0.1982	0.1627	—



依然、ずっと直売所の研究をしているのですが、いずれの直売所はというふうな評価するかというと、「鮮度がいい」とすごく皆さん言っていたのです。そして、価格についての評価というのは、安い価格についてはあまり問題、総体的に昔は豊かだったような気がしますね。あまり価格のことは言わなかったのですが、むしろ「直売所は鮮度がいいね」と鮮度を非常に評価していたのですが、最近ではどちらかというやはり価格が非常に影響しているといえますか、不況の下の消費者構造とでもいいますか、こんなことが少し影響してくるかなというふうに思います。それから、店舗についての総合評価には何が影響したのかという、やはり品ぞろえが非常に大きな要因になっています。ですから、いろいろなものを置いていくと。お米も、花も、野菜も、果物も、そして乳製品も、28億円売っていますから、いろいろなものを置いているのですね。そうするとワンストップショッピングとでもいいますか、1カ所で肉も魚もお米も買えるということになっ

農産物直売所の利用者の評価



ているようですね。これはどちらかというと直売所というよりはオーダーショッピングセンターのようになってしまって、必ずしも良くはないと思いますが。でも、消費者もぐるぐる回るよりは1カ所で買った方が便利だというふうにもとらえていることも事実で、やはり小さくてもいいから品ぞろえをたくさんすることが重要な要因になってきているような気がします。

それから、生産者についてアンケート調査をしました。これも250名ぐらいのアンケートを各地でやっているのですが。出荷頻度は毎日の方が50%ぐらい、2日に1回の方が17%で、約70%の人は2日に1回ぐらいということです。

それから、50万円以下の年間売上が4分の1ぐらい、50万円から100万円が20%ぐらい、また100万円から200万円が20%ぐらいで、200万円以下という方が非常に多いということが分かります。ですから、大金をもうけているわけではないというわけですが、でもやはり1,000万円以上の方も、中にはおられます。

店舗の総合評価に与える項目の順位と影響力

		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
総合評価その1	項目	品揃え	果物の総合評価	食肉の総合評価	レジの数	惣菜などの総合評価
	パラメータ	0.2873	0.2465	0.1731	0.1699	0.1228
総合評価その2	項目	果物の総合評価	品揃え	レジの数	食肉の総合評価	-
	パラメータ	0.2945	0.2936	0.1949	0.1902	-

品揃え要因 → 大規模店舗志向

4. 不況下の生産者活性化調査

(1) 農産物直売所の生産者活性化効果

出荷頻度

(単位:人、%)

毎日	127	52.7
2日に1度	41	17.0
週に1-2回	32	13.3
月に数回	24	10.0
年に数回	9	3.7
不明	8	3.3
合計	241	100.0

資料:3か所合計

年間販売額

50万円以下	58	24.1
51-100万円	48	19.9
101-200万円	46	19.1
201-300万円	27	11.2
301-400万円	21	8.7
401-500万円	7	2.9
501-700万円	7	2.9
701万円以上	18	7.5
不明	9	3.7
合計	241	100.0

資料:3か所合計

販売額の変化

(単位:人、%)

増えた	40	16.6
やや増えた	82	34.0
変わらない	59	24.5
やや減った	28	11.6
減った	11	4.6
不明	21	8.7
合計	241	100.0

資料:3か所合計

販売額が一番目に多い品目

(単位:人、%)

野菜	120	49.8
果実	26	10.8
コメ	4	1.7
花	19	7.9
畜産物	5	2.1
弁当・加工品	50	20.7
魚	0	0.0
その他	14	5.8
不明	3	1.2
合計	241	100.0

資料:3か所合計

販売額の変化ですが、この直売所ができたことによって、そのご家庭の売り上げが増えたという方がおられます。売り上げは何が多いかという、やはり50%ぐらいは野菜が一番多いです。野菜の産地ということもあり、野菜の方が多いです。

それから、今度は「お体はどうになりましたか」と聞いたら、30%以上の方が「元気になったよ」というふうに答えておられます。それから「元気になった」、「体が丈夫になった」という方が50%ぐらいおられます。

健康の変化

(単位:人、%)

元気になった	70	29.0
変わらない	158	65.6
元気がなくなった	7	2.9
不明	6	2.5
合計	241	100.0

資料:3か所合計

元気の内容

(単位:人、%)

体が丈夫になった	34	49.3
病気をしなくなった	18	26.1
よく眠れるようになった	6	8.7
食事が進むようになった	7	10.1
その他	4	5.8
合計	69	100.0

資料:3か所合計

そして「病院に行く回数はどうですか」と聞くと、22%の方が「病院に行く回数が減った」と。理由は何かという「元気になったから」と答えておられます。

病院に行く回数

(単位:人、%)

減った	53	22.0
変わらない	151	62.7
増えた	16	6.6
不明	21	8.7
合計	241	100.0

資料:3か所合計

病院に行く回数の減少理由

(単位:人、%)

健康になったから	29	54.7
忙しくなったから	22	41.5
その他	0	0.0
不明	2	3.8
合計	53	100.0

資料:3か所合計

そして「お気持ちはどうですか」と聞いたら、「何か人生楽しくなった」という方が何と74%ぐらいおられて、やはり少しでもお金を持っていく、そして生産者同士で会話するといえますか。「楽しくなった理由は何ですか」と聞くと、5割近い方が「人とのふれあいがあるから」と答えておられます。きっと直売所がなかったら、家にじっと閉じこもっていたのではないのでしょうか。ある農家の方に聞いたら、大きなハウスをやっている方ですけど、「大きなハウス農業をやりながら直売所に行く」と。「なぜそんなことをするのですか」と聞いたら、「大きなハウスだったら、お父さんと朝から晩まで、明日もお父さんと、あさってもお父さんと2人きり、誰とも話さない。お父さんとぼっかり」というふうに、けんかしたら一日中口を利かないというふうな。「ところが、少しそれをもって直売所に持っていくと井戸端会議にも参加できて、孤独から解放される」と言っておられ

ましたから、人生お金ばかりもうけて夫婦と会話ばかりするというよりも、やはり人との新鮮な話ということも非常に影響しているかというふうにも思います。

気持ちの変化

(単位:人、%)

楽しくなった	178	73.9
変わらない	54	22.4
楽しくなくなった	2	0.8
不明	7	2.9
合計	241	100.0

資料:3か所合計

楽しくなった理由(複数回答)

計
(単位:人、%)

人とのふれあいがあるから	129	46.1
経済的に豊かになったから	45	16.1
自分で作ったものに自分で値段をつけることができるから	95	33.9
その他	11	3.9
合計	280	100.0

資料:3か所合計

それから、自分で作ったものに自分で値段を付けられるという意味では、非常に役に立っています。農協に出して卸売市場に持っていくと、それは自分は全く値段の形成には関与できないですが、直売所だと自分で値段を決定することができるという意味で、経済行為に自らが参加しているというところも大きな要因になっているような気がします。

このように心の、人間は金だけもうかればいいじゃないかというわけにもいかなくて、人との触れ合いや自分が価格形成に関与しているとか、そういうふうな経済行為に対する関与がかなり気持ちに影響しているような気がしました。

(2) 出荷者の精神的健康増進の計量分析

道の駅Aの生産者については次式の通りである。

精神的健康 = 0.754 + 0.411 身体的健康の変化 + 0.108 販売額の変化

(5.112)

(2.548)

- 0.569 ふれあいの評価 - 0.457 価格の自己決定の評価

(-6.190)

(-4.686)

$R^2 = 0.837$

そこで、じゃその「人生楽しくなった」という話に何が影響したのかというと、やはりそのふれあいや価格の自己決定、評価ということが影響しているような気がします。この係数がマイナスになっているのはいろいろ意味があって、ベクトルが逆になっているので、「非常に良かった」が1位、「悪かった」が2位なので、悪い方が数字が多くなっているのが係数がマイナスになっていますが、これは優位に影響しているという意味です。心の満ちに、体も元気になったし、お金も入ってきたし、それだけではなくて井戸端会議にも参加できるし、値段も自分で決めることができるし、というふうな非経済的要因とでもいいますか、人間的な要因がやはり心には影響しているのではないかとこのように思った次第で、出荷者の精神的な健康増進には非経済的な要因も強く影響しているということを思い知らされた次第です。こういう意味では非常に、直売所が持っている生産者を励ますホスピタリティ機能があるのではないかとこのように思った次第です。

それでは、そういう直売所もいろいろな工夫をしています。それについて少し見てみましょう。この直売所は、非常にコンピューターを駆使しています。おばあさんが多いのですが、おばあさんがどうやって値段のバーコードを作るかという話なのですが、実はこの下にキーボードは隠してあるのです。キーボードを使うと、もうおばあさんたちはできないと。いかにキーボードを使わなくていいかというのがこの工夫なのですが、皆さん、ここにICカードをかざすと、自分の登録がこの画面に出てきます。それで、ダイコンならダイコンを押すと。今度は値段を幾らにするかは、またボタンを押すだけ。画面をパツパツと押すだけで、シールを何枚と押したら、ここからサツとでてくるという。キーボードはここに隠してあるのです。キーボードは使わなくて押すだけで、タッチ式でシールができるような工夫をしているという意味では非常に素晴らしいアイデアといえますか、老人も、高齢婦人も、おばあちゃんもパソコンが使えると、それで簡単にできると。それはすべて記録されていて、今日の売り上げ、昨日の売り上げ、1カ月分の売り上げ、1年間の売り上げが全部登録されています。こういうふうに、非常に電算化しています。恐らくここに、きっと今日ここからインターネットができれば皆さんにお見せできるのですが、ここにはネットの用意をしていないのでお見せできません。

5. 生産者と消費者を支援する直売所の情報化





その直売所は今何を売っているかを、日本全国どこからでも、世界中から、今の売り上げや、何を売っているかをネットで検索できます。画面にすぐ出てきますし、グーッとフォーカスすると、ダイコンが幾らで売っているかということが分かるぐらいの精度で、それを消費者に対して、「うちでは今何を売っています」ということをネットで配信しています。それはまた、防犯の意味もあるようです。やはり随分泥棒も多いので、記録も残しながら今何を売っているかをいつも配信しています。そういう意味では生産者にもサービスを、消費者にもサービスをするようなパソコン技術を駆使しています。

それから、携帯電話に1日3回、「今日は何が売れたよ」というのを、時間を指定して配信しています。ですから、おばあちゃんはみんな携帯電話を持って、見ると「あ、ダイコンが10本売れた」とか、「あと何本しか残ってない」などがすぐ分かるようになっているのです。コンピューターを駆使しながら、使いやすい情報化によって生産者や消費者にサービスしていくということをバーコードシールを使ってやっています。

それから、出荷するには農薬のチェックもしています。どういう農薬を使ったのかをちゃんと分かるようにして、許可がないと出してはいけないとか、そうしないとバーコードが作れないようなシステムにもなっています。それから、ある直売所は抜き打ち的にサンプルを取って検査センターに送って、検査センターで残留農薬を調べて消費者サービスとして、お店に表示しています。

それから、15億円売っているある直売所なのですが、ここはメロンの産地ですが、糖度が14度未満のものは売らない。14度以上のものを非破壊型選果機を導入して、14度以上しか売りません。

「14度以上のものはどうするのですか？」と聞くと、「市場に持っていく」と言っていました。「あれ、市場から買うのは14度以下かな？」と思ったのですが、ここに行ったら15度以上しか売っていません。でも、1個1,000円ぐらいして結構高いのですが、でも、一応みんなここを通っていますので、ここに並んでいるのは全部通っていますので、味は保証されています。こういうふうな

非破壊型選果機を導入しながらやっているメロンドームです。メロンの産地ですからね。

信頼できる農産物の提供

非破壊型選果機による糖度判定

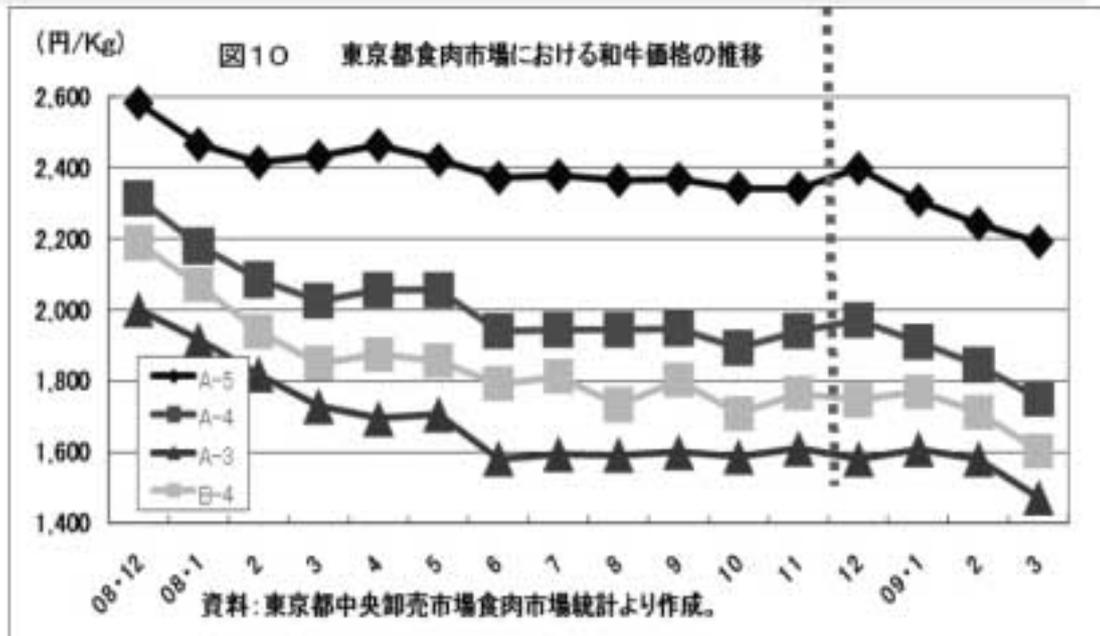


今度は、個人で直売をやっているというか、個人が直売場を利用する場合について考えてみましょう。

これは東京都の食肉市場の価格ですが、このリーマン・ショック以降グッと値段が落ちてきたのです。高品質のA-5の牛肉もグッと落ちてしまっています。非常に今畜産農家は、土佐の赤牛もきつと値段が下がっていると思いますし、黒牛の値段もずっと落ちてしまっています。

6. 価格下落下の生産者の直売による活路

(1) 卸売価格と小売価格の非連動性を利用した食肉の直接販売



それならばということでその小売値段を調べると、小売の値段はほとんど落ちていません。卸しは下がるが小売はあまり下がらない。それならば、もう自分で売ろうということ考えたのですね。そこで、いろいろ計算してみました。卸しの値段と小売の値段はどんな相関があるかという、相関がないのです。それで、彼は生産者でこんな黒牛を生産しているのですが、100頭も売りながら、実は30頭ぐらいはここで売っているということです。こういう直売所を何軒か掛け持ちして、卸して回っているのです。20%手数料から払っているのですが、ここにコーナーを借りて、売り上げの20%をその店に払っているのですが、それでもやっぱりこっちの方が有利だというふうに言っています。

牛肉の卸売価格と「国産牛肉」 小売価格との相関係数

卸売価格	相関係数
和牛A-5	-0.118
和牛A-4	-0.266
和牛A-3	-0.340
和牛A-2	-0.247
交雑B3	-0.075
交雑B2	-0.411
乳牛B2	-0.371

資料：農水省資料より作成。

食肉の卸売価格と小売価格の非連動性



食肉の直接販売



また、自分でも肉の直売所をつくって、だから非常に高いのです。この肉も高いですね。それでも列ができると言っていました。だから、これは国内BSE発生によって非常に売れなくなって、卸しの値段がグーッと急落したことによって、「いや、うちの牛は大丈夫だ」ということで直売所を始めたようですが、それなりの投資をして直売所を造ったのですが、今やこれがもう自分の経営を救っているというふうには言っていました。

それからこの豚の生産者ですが、豚の生産者も普通は産地食肉センターに丸投げしてあとはおしまいですが、それを買い戻して、自分でまたスライサーを買って、スライスしながらパッケージして、許可を得てちゃんとやっているというようなことです。



それから、こういうふうには大型農家も自ら直売をするという、いわゆる直売所を利用して、大型農家も卸売市場流通から直接流通にスイッチしているというような現状にあるのではないかというふうに思います。

7. 世界各国の農産物直売所のホスピタリティ機能



アメリカのいろいろな直売所を見ても、やはりアメリカも、これはミネソタだったと思いますけど、大きな州政府の建物を土日は農家に開放するのです。森のような所があり、そこに州政府の建物があるのですが、そこがこんもりした公園のようになっているのです。土日はそこに農家が小さなブースを作っているよということで、そうすると皆さん土日はこのファーマーズ・マーケットに来る。まさにファーマーズなんですね。ファーマーの人たちが、これは「クリークサイド・ファーム」とありますが、井戸があるのでしょいか。「オーガニック」と書いていますね。こういうふうなものを生産者が直接、土日はここに店開きする。福岡市役所に行ったら、最近始めたようですが、県庁の広場の横に土日は開放して、農家が直接売っていました。ここら辺も開放したらどうかというふうに土日は、広い敷地が空いているのです。

これは、シアトルのフィッシャーマンズ・マーケットで、その横に自分たちが開いているファーマーズ・マーケットがあります。このおばさんがアメリカ有機農業協会の代表のような人ですが、こうみると、形のいびつな農産物がならんでおり、よく売れているようでした。

これはアメリカのリンゴの直売所です。それからフランスに行っても、イタリアに行っても、マルシェといういろいろな広場などを見ると、そこが土日の直売所になっています。大きなスーパーがありながら、やはり土日はファーマーズ・マーケットがあつて、新鮮なものが売買されているような気がします。世界各地で直売所はあるというふうと考えられるでしょうか。

それからアジアですが、写真は中国ですね。これは北京の近郊ですが、リンゴ園があります。これを見ると「中日果園」とありますが、中国と日本で造ったリンゴ園という意味ですが、日本の技

術者が向うへ行っても、中国に貢献して、亡くなったのですが、骨の半分はここに埋めてあるらしいですけど、あとの半分は何か郷土の青森県に埋めてあるらしいです。



ここの農園に日曜日、北京からかなり離れた郊外ですが、3,000人がリンゴ狩りに来ると言っていました。これは北京の卸売市場です。こんな卸売市場と対峙して、リンゴの農園を造っています。

最後ですが、日本の農業はどういうふうに進んでいくかということにも関連するのですが、やはりWTOや自由貿易協定、経済連携協定だとか国際化がどんどん進んできて、いや応なしに海外から農産物が入ってきます。では、それとどうやって対抗していくのかということを考えて、コスト競争ということよりも、やはり新鮮さの競争とでもいいですか、新鮮さ、それから安全性というものを競争の武器としてやっていった方がやはりいいのではないかなというふうに私は思っています。

ところが、中国の方もまたすごく安全性に配慮しはじめまして、有機農産物をたくさん作っています。ここは有機農業をやっている堆肥(たいひ)を作っている所ですが、牛糞などをみんなペレットにしています。日本では、牛の糞をなかなかペレットにはしないのです。私は家庭菜園をやっていて、重たいのをやっぱり買ってこなくてはいけないのですが、これはペレットにして、まくのも簡単なのです。20キロ入りの袋を買ってきてもまくのがなかなか大変なのですが、これはペレットになっていますから非常に使いやすい。これはペレット化する機械なのですが、なぜこんな機械を日本でも作らないのだろうかというふうに思います。ペレット化して、そしてここに入れて、有機野菜を作って、デパートに行ったら有機オーガニックがたくさん売っています。日本ではどうでしょうか。福岡などにはオーガニックは売っていません。でも、上海も北京もオーガニックを非常によく売っています。もちろん汚い朝市はたくさんあるのですが、スーパーでも有機を作っています。中国が全部汚いというわけではなく、随分中国も有機農業を作って、それを日本に売りたいというふうに思っています。ですから、安全性競争もどんどん高度化して行って、よりいいものを作っていかないと、中国に負けるような気がします。

8. 結論～アジアとのコスト競争・安全性競争と協調～

(1) 進化する中国の有機食品生産



(2) 拡大する中国の有機食品流通



それから、この写真はスーパーですよ。スーパーの中に残留農薬の検査ブースを造っているのです。生鮮品売り場の横にブースを造って、「疑問に思った人は持って来てください。30分間で簡易検査をしますよ」と。そして、もし問題があったら今度は精密検査に移っていくという流れです。「今日調べたら、こんなになりました」ということを売りにしています。これは必ずしも高級スーパーではなくて中堅スーパーですが、中堅スーパーでも国の支援も受けて、こういうふうなフロアで安全なものを造っているし、また、ニガウリがどこで取れたかというのも、この機械にかざしたら全部分かるようにトレースできるようなトレーサビリティシステムもつくっているのです。

(3) 生鮮食品フロアでの残留農薬迅速検査ブースの設置



(4) 生鮮食品フロアでのトレーサビリティ機器の設置



以上ですが、この不況の下では、消費者は低価格志向に少し傾くのではないかと思います。それから、生産段階と流通段階で経費節減ということがやはり求められていくのかなと感じます。

そういう中で、直売所は生産者と消費者にやはり満足度を与えて、特にホスピタリティを与えているのではないかと。でも、直売所もやはり情報化したり高付加価値化する、付加価値もいろいろあるのですが、味が良かったり、鮮度が良かったり、それからオーガニック、有機農産物を作るとかブランドを高めていく必要があるのではないかとという気がします。

何よりも、やはり輸入が増えていく。その中でアジアとの競争が激しくなっていくというので、コスト競争をやったり安全競争をやったり、それから新鮮さの競争をやっていくといいですか、そういうふうな棲み分けが、どうしても海外から来れば時間がかかるわけで、安いかもしれないが新鮮度は落ちている。でも、日本のものは少し高いけど鮮度はいいとか、そういうふうな棲み分けの流通が必要ではないかというふうに思っています。

今日は直売所の主に社会的な意義についてお話ししましたが、地域を活性化する消費者と生産者に励ましを与えてくれるのが直売所ではないかというふうに思います。

どうも、ご清聴いただきましてありがとうございました。

(5) 要約

- ①不況下では消費における低価格志向が継続。
- ②生産段階と流通段階での経費節減が必要。
- ③農産物直売所は消費者と生産者に満足を付与。
- ④情報化、高付加価値化、ブランド化も必要。
- ⑤輸入が再拡大するので、アジアとのコスト競争・安全性競争と協調(棲み分け)が必要。

(司会者)

甲斐先生、どうもありがとうございました。

農産物直売所が消費者と生産者にそれぞれ与える満足、その中で経済的な要因の大きさというようなこと、大変興味深いお話だったというふうに思います。

もう一度、会場の皆さんの拍手でお礼に代えたいと思います。

質問もあろうかと思いますが、実はパネルディスカッションの中で、今日の封筒の中に質問用紙を入れてありますが、それに記載をいただいて、甲斐先生もこの後パネルディスカッションに参加をしていただきますので、そこで質問コーナーを取っておりますからそちらの方で質問はお受けしたいと思います。

引き続き、第2部の方に移ってまいりたいと思います。

第2部は、当センターで黒潮町をフィールドにコミュニティービジネス研究ということをやっておりますが、そこで直売所の商品を集める仕組み、そして売り切る仕組みということで、黒潮町の研究チームの研究員であります山崎さんと福岡さんの方から、現在やっている私どもの研究の現状、成果というようなことも含めて、報告をいただきたいと思います。

【第2部】

直売所商品を集める仕組み・売り切る仕組みを考える

<報告者>黒潮町研究員 山崎裕也・福岡和加

(山崎研究員)

皆さん、こんにちは。

高知県自治研究センター黒潮町研究員の山崎といたします。今日は「直売所の商品を集める仕組み・売り切る仕組み」ということについて発表させていただきます。

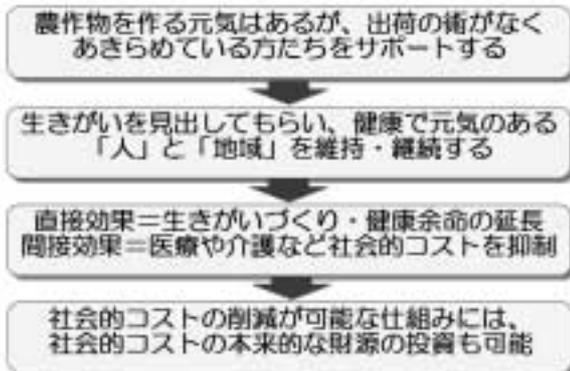
前半の集める仕組みについて、私、山崎の方から、後半の売り切る仕組みについては、福岡の方からご報告させていただきます。

2007年の10月から、私たちは黒潮町をフィールドにして自治研究センターで庭先集荷を始めました。そのことについて、まず簡単にご紹介させていただきたいと思います。

まず私たちは研究を始めるに当たって、このような仮説を立てて研究に取り組みました。



研究テーマとなる仮説



キーワードは「福祉」・「産業」・「つなぐ」



最初に、農作物を作る元気はあるが出荷の方法がなくて、あきらめている方たちをサポートすること。そのことによって生きがいを見いだしてもらい、健康で元気のある人と地域を維持継続すること。そして、直接的な効果として生きがいづくり、健康、余命の延長などにつながるのではないかと。そして間接効果としては、医療や介護などの社会的コストを抑制できるのではないかと仮説を立て、研究をしました。

その社会的コストの削減が可能な仕組みについては、社会的コストの本来的な財源の投資も可能になるのではないかと考えて、私たちは研究に取り組んでおります。キーワードとしましては、「福祉」、「産業」、そして連携の「つなぐ」をキーワードとして研究に取り組んでいます。

実際に、私たちが2007年10月から始めています庭先集荷についての内容です。今のところ、出荷先は町内、旧大方町の販売所3店舗だけになっておりますが、週に2日、2系統を行っておりますので、

自治研究センターで取り組む 「庭先集荷」サービス内容

- ・今のところ出荷先は町内（旧大方町）の直売所 3店舗
- ・集荷は週に2日（火・土及び水・日）
2系統なので合計4日/週
- ・作物等の集荷サービス（売れ残りの返却含む）の手数料はとらない
- ・直売所への登録の手伝いやバーコードシールの取り寄せも対応
- ・集荷はビジネスサポーターの田辺さん夫婦に委託し実施

土日は売れ残り



週に4日間行っております。その作物等の集荷サービスについての手数料は取っておりません。これは実証実験によって行っているため、その費用については現在自治研究センターの方から、または国土交通省が行っている補助金を使って行っております。

また、サービスの内容としまして、直売所の登録等の手伝いやバーコードの取り寄せ等にも対応しております。それらの集荷や取り寄せ等の対応については、この写真に写っておりますように、田辺さんご夫婦にお願いしまして実施しているところです。

これが実際に庭先集荷に向っているところの様子の写真です。左上の写真に見えますように、本当であれば作物だけを、商品だけを出してもらえばそれを集めて持っていくのですが、心配して、「また田辺さんに会いたい」という方も中にはいらっしやって、その集荷場所に待っていてくださる方も中にはおられます。

「庭先集荷」の様子



各集荷場所（納屋の軒先や出荷用BOX）を巡回、品物を積み込む（集荷場所で待っている出荷者もいる）



AM7:00前には直売所前に出荷者が集まっている



所定の陳列棚へ（出荷ついでに他の品物をチェック）



荷物を降ろし…

そして、午前7時には直売所の方に出荷することになります。出荷しますと陳列棚に陳列し、その他の商品をチェックしたり、売れ残り等のチェックを行っております。

サービスの実施の状況の地域ですが、映っていますピンク色の系統（湊川系統）、そして緑色の系統（馬荷系統）、2系統で行っております。2007年10月にはピンク色の系統から始まり、翌月11月には緑色の系統の2系統で行っております。最初は出荷者も少なく、範囲も狭かったのですが、サービスを進めるに当たって希望される方も増えてきたり、その集荷範囲も増えてきたりしています。このことから、住民の方にとって、このサービスが必要とされているんだということが、私たちの研究を行っている上で分かってきたことでもあります。

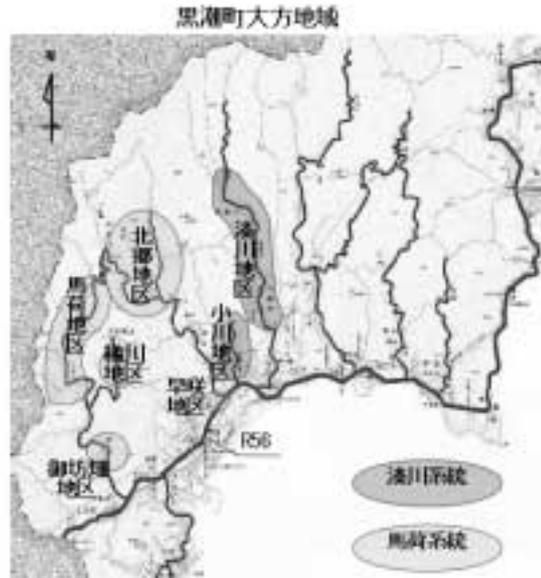
また、この地形を見ていただけると分かると思うのですが、国道の赤い線からまつ毛状に、山奥の方について道がそれぞれ連なっています。物流に非常に不利な地形となっているのですが、この不利な地形だからこそ、この私たちが行っているサービスというのも非常に必要とされているのではないかと考えております。

サービス実施状況

- 湊川系統、馬荷系統でサービスを展開
- 集荷サービスを続ける中で、少しずつ対象者とエリアが拡大
- 住民ニーズにあったサービスであることは実証できている
- 「まつ毛型」の地形だからこそ必要とされるサービス



物流に不利な地形の
ニーズに合うサービス



その私たちの行っている庭先集荷の実証実験で見えてきたことが3つほどあります。

1つは、集荷のみではビジネスモデルとして成り立たないという問題。

もう1つは、地域としての支え合いの仕組み、産業振興の仕組みとして制度化が望まれているということ。

3つ目としまして、制度導入するためには、地域の実態に合った「集める仕組み」と「売り切る仕組み」が必要だということが分かってきました。

そこで実際に私たち研究員の中で、どのような集める仕組みがあるかということについて話し合いをしました。出てきた意見を大体まとめますと、このようにいろいろと出てきました。

農協や直売所が直接集めに来てもらえないとか、NPO、企業に委託してはどうかなど。あとスクールバス、路線バスを使って一緒に集めてきてもらう方法。そして、出荷者同士が順番制などによって集める方法などは取れないだろうか。また、郵便、宅配便を使って、ついでに集めてもらうことはできないだろうか、などというふういろいろと検討を行いました。

「庭先集荷」の実証実験で見えてきたこと

- 集荷のみではビジネスモデルとして成り立たない
- 地域での支え合いの仕組み、産業振興の仕組みとして制度化が望まれる
- 制度導入するためには、地域の実態にあった「集める仕組み」「売り切る仕組み」が必要！

考えられる集荷方法

- ・ 農協
- ・ 直売所
- ・ NPO、企業
- ・ スクールバス
- ・ 路線バス
- ・ 出荷者同士の共同集荷
- ・ 郵便
- ・ 宅急便
- ・ 移動スーパー・移動販売
- ・ 駐在所（駐在所員）
- ・ 地域の見守り活動など
- ・ シルバー人材センター
- ・ デイサービスの送迎
- ・ 役場職員の通勤時
- etc・・・

しかし・・・

多くの課題が浮かんでくる
時間、範囲、作業量、経費

なかでも、時間、範囲、作業量を出荷者のニーズに合わせた集荷の仕組みを作るには経費が大きなカギを握ってくる。



赤岡青果市場では職員の皆さんが朝集荷に向かい、毎日集荷を行って、その手数料はキロ1円で集めております。これだけでは経費の面を負担することはできませんが、この市場ではせりによって出された商品はすべて売り切るという仕組みを採っており、売り上げによってすべての集荷の費用を賄っている事例を持っています。

また県外におきましては、島根県雲南市にあります「奥出雲産直振興推協協議会」が行っている事例があります。こちらは集荷のみなのですが、その集荷に掛かる経費を出荷者同士が売り上げの中から数%ずつ負担し、補うというものです。集荷は運送業者をお願いし、毎日集荷をしております。

こちらの協議会の取り組みとしては、補助金等を使わずに1つの事業として既に成り立っている成功事例です。JA・直売所・出荷者の非常に連携した取り組みが見られます。

これらの県内外の成功要因と目指す方向についてまとめてみました。

1つ目の成功事例として、島根県の雲南市。集めるだけでしたが、それを成功させるためには大

それらについて考えられる課題や利点なども考慮した結果、多くの課題が浮かんでくるのが分かりました。それには時間や範囲、作業量の増加、あと経費が掛かるということが分かってきました。中でも、作業量を出荷者のニーズに合わせた集荷の仕組みをつくるためには、どうしてもその必要な時間に回らないといけない、必要な場所に行かないといけないということで、やはり運送業者さんなりに委託して集出荷を行う必要があったりするのではないかとということ、やはりそこに掛かる経費というものが大きなカギを握っているのではないかと考えております。

一方で県内外におきましては、同じような庭先集荷を行って成功している事例もございます。先ほどの甲斐先生のお話の中にもありましたように、香南市にあります

県内の成功事例 香南市 赤岡青果市場

- 市場職員が集荷を行う
- 集荷は毎日
- 集荷費用キロ1円
- 出荷はキュウリー本からすることができる
- 西は須崎市、東は室戸市から集荷
- トラック27台、軽バン15台で100箇所
- せりによりすべて売り切れるしくみ
- 売上げにより集荷費用をまかなう



県外の成功事例

島根県雲南市
「奥出雲産直振興推進協議会」
JA雲南と各直販所がネットワーク化。産直相談員「アグリキャップ」を配置。管内40箇所に集荷場所を設け隅々まで集荷する、「少量多品目生産者の支援」が特徴



勢の会員がまず必要であるということが分かりました。そして、その大勢の中から数%の出荷の手数料を集め、集荷経費に充てるという方法が1つあります。

2つ目につきましては、赤岡市場の事例です。集める方法と売り切る仕組みをセットにしたやり方です。集めることから売り切るまで一貫して行うことで、その集荷の経費を負担

するという方法です。

そのような方法を見てきた中で、私たちの仮説にありましたその副次的効果について、私たちはまだ方法があるのではないかと考えております。それが一番下の事例ですが、まず集める方法、そして売る方法、それに行政支援は福祉的效果を含んだものが導入できないであろうかと考えております。働くことにより健康になり、その福祉的效果分により集荷経費を負担できないかと検討しているところです。

次に売り切る仕組みについて、福岡の方からご報告させていただきます。

奥出雲産直振興推進協議の取り組み

- 集荷手数料をプール計算（変動制）し、出荷者同士で負担
- 集荷を運送業者へ委託し、毎日集荷を実施
- 出荷先として地元だけではなく、都市部へも出荷
- 売上等を管理する事務局（JA）がある
- 補助金等を使わず、1事業としてなりたっている

JA・直売所・出荷者の連携した取り組み

県内外の成功要因と目指す方向

①「集める」のみ(島根県雲南市)
⇒大規模な会員が必要。大勢で少しづつ売上の中から集荷経費を負担。

②「集める」+「売る」(香南市 赤岡市場)
⇒集めることから売りまで一貫して行うことで、集荷経費を負担。

「集める」+「売る」+行政支援(福祉的效果)
⇒働くことにより健康になる福祉的效果分により集荷経費を負担。



(福岡研究員)

皆さん、こんにちは。

高知県自治研究センターの黒潮町研究員をしています福岡和加です。引き続き説明をさせていただきます。

まず、売り切る仕組みの方でも研究員の中でアイデア出しを行いました。考えられる販売方法としては、直売所で販売する。農家レストランで作物を使って、調理をして出す。それから加工品として売る。そのほか契約販売や通販、ネットを使って全国に販売する、移動スーパーで販売するなどなどのアイデアが出ました。

今日は、その中でも直売所で売ることについて考察してみたいと思います。

直売で売ることとはどういうことかといいますと、その特徴は生産者自身が量や単価を決めて販売できるということです。そのため少量や規格外の、市場の流通に乗らないような商品でも販売することが可能となります。

こういう特徴があるので、中山間地域で高齢になっても小規模で生産を続ける農家の方の商品を売るのにとっても適している方法だと思います。

そこに集める仕組みと組み合わせることで、より多くの生産者の商品を直売所で販売でき、広域から商品を集めることで品ぞろえも良くなり、直売所の売り上げも増加するのではないかと思います。

ここで少し、どうして「売る」だけではなく「売り切る」、「完売する」ということが大切かということ整理してみました。

生産者にとって、商品が売れるということは非常に分かりやすい評価です。自分で作ったものがお店に出して売れるということは、自分の商品が認められるということで、そういう評価をされるとうれしかったり楽しいとかいった気分になり、生産意欲・耕作意欲が増して、より「畑仕事を頑張ろう」という気持ちになって、その仕事にやりがいを感じることが出来ます。ですから、ただ売れるのではなくて、売り切る、売れ残りがないように売り切られることの方が、より最大に評価されるということになります。

直売所にとっても、生産者・出荷者は運命共同体です。これは、赤岡青果市場の水田社長さんが「市場と生産者は運命共同体」と言っていた言葉なのですが、直売所に並んでいる商品は生産者が出荷したものなので、出荷がなければ販売もできないということで、運命共同体という言葉で使っています。

考えられる販売方法

- ・直売所
- ・農家レストラン
- ・加工
- ・契約販売
- ・通販（ネット販売）
- ・移動スーパー
- ・スーパー・量販店
- ・市場・農協
- ・学校給食

etc...



「直売所」で売る

- ・生産者自身が量・単価を決められる
- ・少量、規格外の商品も販売可能



- ・中山間地域の高齢・小規模生産者が商品売るのに適している
- ・「集める仕組み」と組み合わせることで、より多くの生産者の商品を販売できる
- ・広域から商品を集めれば売上も増加

「売り切る」ことの大切さ

・生産者にとって、商品が「売れる」ことは 分かりやすい評価

- 評価されると「うれしい」「楽しい」
- 生産意欲が増し、「やりがい」を感じる

・直売所と生産者（出荷者）は運命共同体

- 直売所は、生産者が出荷することで経営が成り立っている
- 出荷者の商品を「売り切る」努力が必要
- 集荷にかかる経費をまかなえる可能性

ました。年間360万人が訪れる道の駅で、生産者が300人ほどおられるのですが、年間の平均売り上げは356万円と、1日平均1万円ぐらいを売り上げている道の駅です。

こちらの取り組みはレジと畑が直結していて、販売状況を携帯メールで1時間ごとに配信しているそうです。そのため、出したものが品薄になってきたら出荷者ができるので、常に店頭には新鮮な商品が並んでいます。そのため廃棄率も2%と、大変少なくなっています。

また、消費者に対しては情報システムがあり、栽培記録や調理保存方法などの情報提供がお店の中で行われています。そのように商品をただ

売だけでなく、併せて食べ方を伝えることで、農作物も売れるということです。このように、直売所が消費者に対してや生産者に対して、直売所の持っている情報を発信していくという力がカギ

になってくると思われます。

続いて、直売所で売り切るためにどんな工夫をしたらいいのかということをもとめてみました。

まず1つ目は、商品売るのではなく、食文化を売るということです。食べ方や調理方法、保存方法なども併せてお客さんに売ることによって、より多くの商品が売れると思います。

また、直売所ならではの旬の商品を売る。少量多品目を売るためにこういったものを集めて品ぞろえを良くし、新鮮な四季折々の野菜などを売るとい

その直売所にとったら、出荷者の商品を売り切る努力が必要ということになります。売り切られることで、さらに生産者が出荷を続けて、より多くの生産者が出荷するという循環が生まれてきます。集荷に費用が掛かる分を、売り切ることで賄うことも可能となります。

次に、県外ですが宮城県の「あ・ら・伊達な道の駅」という例で、こちらは集客力・販売力の強い直売所の例として挙げさせてもらい

集客力・販売力の強い直売所

宮城県大崎市「あ・ら・伊達な道の駅」の例



・レジと畑が直結（販売状況を携帯メールで配信）

→1日数回出荷し、常に新鮮な商品が並ぶ（廃棄率2%）

・栽培記録、調理・保存方法などの情報提供

→「食べ方」を教えると農作物が売れる

⇒直売所の“情報発信力”がカギになる

直売所で「売り切る」ためには

■商品ではなく「食文化」を売る

■直売所ならではの、旬の商品を売る - 少量多品目を売るために広域から集荷する

■加工・調理して売る

- 規格外野菜の活用
- 付加価値が高くなる
- 長期保存が可能



⇒地域の直売所・生産者の連携を強化

うことが望まれます。

最後に、加工・調理して売るということです。その直売所に出てくる商品等を利用したり、地域で取れるものを利用して、例えば豆腐を作ったり漬物を作ったりして販売することで、規格外の野菜も調理等加工すれば、形は関係ないですのでそういった野菜の活用にもなりますし、より付加価値が高くなり、長期保存も可能になってきます。これらの売り切る工夫を実行するためには、やはり直売所と生産者さんが連携していくことが大切だと思います。

最後に、直売所商品を集める仕組み・売り切る仕組みについて見てきたのですが、少しまとめてみます。

直売所に商品を出荷して売ることが、中間山間地域の高齢者の生きがいになるということは、これまでの研究や先ほどの甲斐先生のお話でも見えてきたことだと思います。それをこれからも続けて実行していくためには、集める仕組み、出荷ができなくなった高齢者がどんどん増えていく中で、それを直売所まで届ける・集める仕組みと、それを売り切る仕組みを総合的にサポートする制度が必要なのではないでしょうか。

私たちの生活を支えてくれている農業生産者が高齢化していく中で、この直売や農業というと産業というイメージがありますけれども、そこに「生きがい対策」や「支える」といった福祉の視点を盛り込んだ、新たな公共サービスが求められているのではないのでしょうか。

以上で、黒潮町研究員の報告とさせていただきます。どうもありがとうございました。

求められる仕組みは？

・直売所に商品を出荷し売ることが、中山間地域の高齢者の生きがいにつながる



・「集める仕組み」と「売り切る仕組み」を総合的にサポートする制度が必要



⇒「産業」＋「福祉」の新たな公共サービスを

【第3部】 パネルディスカッション

<テーマ> 「小さな仕事おこし・直売所は地域の元気の源だ！

<パネリスト>

中村学園大学教授・九州大学名誉教授	甲斐 諭さん (福岡県)
株・直売市場グリーンファーム会長	小林 史磨さん (長野県)
農業・「庭先集荷」生産者	松本 良女さん (高知県)
高知市保健所長	堀川 俊一さん (高知県)



(畦地)

皆さま、こんにちは。

今日は3部構成ということで、第1部は甲斐先生から直売所の、もうけだけではない、むしろそれ以外の多面的機能ということで、いろいろご説明をいただきました。

それを受けまして私どもの研究員の方から、「庭先集荷」に係る、ざくっとした説明になりましたけれども、ご説明を申し上げたところであります。

本日のテーマが「直売所」ということであります。冒頭、理事長の方から全国に直売所が1万4,000を超えているというふうにご説明がありました。コンビニエンスストアの最大手がセブンイレブンでありますけれども、その店舗数

が1万2,467店舗あったそうです。そのセブンイレブンの店舗数を超えている直売所が全国にあるということでもあります。売り上げは1兆円を超えて、1店舗平均1億円というふうに言われております。

とかく直売所をテーマにした場合、これまでだとその売上高や集客力、あるいはそういうビジネスの面に視点が置かれた議論というのが、どちらかというと多かったのではないかと思います。本屋さんに行きますと、最近では「直売所で儲けなさい！」でありますとか、「『儲かる』農産物直売所事業の進め方」などというような本が書店に平積みをされているということになっております。確かに、これまでの直売所といいますのは、これまで他人に価格決定権を握られていた生産者が自ら値段をつける、価格決定権を得たという点で、第一次産業のビジネスモデルになってきていると思いますし、今後もさらにこのビジネスモデルは発展していくでありましょうし、また、私としても大いに発展させていきたい、発展してもらいたいとも思っております。

このように、ビジネスの視点から直売所の在り方を議論してきた会議というのは多数あったと思いますけれども、本日、私どもが掲げたテーマといいますのは「直売所の多面的公的機能」、つまりもうけだけではない、先ほど甲斐先生の中にありました非生産的要因のその意義について、本日は考えてみたいと思っております。

先ほどの私どもの研究員の庭先集荷の説明にもありましたように、私たちは机上の議論、机上の論理構築ではなくて、具体的に庭先集荷をやってみて、その中から直接的に生産者から見えたこと、直売所から見えてきたこと、それから集荷をさせていただいている方からいろいろお聞きをしたことなどで、直売所になかなか商品が出せない人を直売所とつなぐことによって、生産をあきらめていた、あるいはあきらめかけていた高齢者が生産を継続すると。そのことで、現金収入の確保という直接的確保のみならず、高齢者の生きがいつくりや医療福祉などの社会的コストの削減、生産者同士の情報交換によるコミュニティーの活性化、集荷時の見守り効果、生産が続けられることによる耕作放棄の予防など、必ずしも経済面だけで測ることができないさまざまな効果が明らかになって

きたというのは、繰り返しになりますが先ほどもご説明したとおりです。

これから、この第3部のパネルディスカッションでは、この「売り上げ」という経済的視点だけではない、直売所のさまざまな公的機能を取り上げて、直売所の社会的意義、さらには、その直売所の一人ひとりの売り上げというのは小さいわけですが、このような小さな仕事おこしが、個々の人間だけではなくて地域の元気もつくっているということを明らかにしながら、既存の他の政策、社会システムとどのように組み合わせれば、それぞれの施策がより一層効果的にお互いの機能を発揮できるかということについて考えていきたいと思っています。

本日は皆さんのお手元に、受付の際に質問用紙を配布いたしました。この質問用紙は、これからのパネルディスカッションの途中で回収いたします。従いまして、1部の甲斐先生の基調講演を含めて途中の議論の中で、どなたにどのようなことをお聞きしたいかメモをしていただいておりますら係の者が回収して、また質問の方に生かしたいと思っておりますので、ご準備の方をお願いしたいと思います。

では、本日のパネリストの皆さんをご紹介します。



まず、長野県からお越しの、直売市場グリーンファーム会長の小林史磨さんです。

小林さんは農協、あるいは行政に一切頼ることなく、個人で一切の責任を負う形で、平成6年に産直市場グリーンファームを立ち上げられました。現在では生産者が1,700人、年間売り上げ10億円、全国にも名を知られた直売所になっています。一方で、このような「産直新聞」という新聞の発行者でありましたり、毎年長野県で「直売サミット」というのがありますが、そのサミットの主宰者でもあります。ちょうど1年前、昨年2月に私たちも長野県東御市で行われました第4回直売サミットに参加させていただきまして、そのとき初めて小林会長と交流を持たせていただきました。それ以来の再会になります。小林さん、ごぶさたをしております。

その隣が、本日唯一の女性ですけれども、黒潮町からおいでの方の松本良女さんです。

松本さんは、私たちの庭先集荷に参加をしてくれている生産者の1人です。大正15年生まれで、たぶん一番高齢だろうと思われそうですが、たぶん一番元気な出荷者ではないかと思っています。大正生まれとは思えないパワーで、毎日、野菜や卵を出荷してくれております。

3人目は、高知市保健所所長の堀川俊一さんです。堀川さんは北九州小倉のお生まれで、鳥取大学医学部を卒業された後に高知医科大学、本山保健所長、佐賀医科大学、十和村国保診療所等を経まして、現在、高知市保健所の所長さんをなさっております。

最後に、先ほど基調講演をしてくださりました、九州大学名誉教授の甲斐論さんです。

この4名の方にパネリストをお願いしたいと思います。

まず、小林さんから堀川さんまでの3名の方々にそれぞれの自己紹介を兼ねながら、直売所に限

らず、特に高齢者が働いて小金を稼ぐことの効用・効果ということにつきまして、ご自身の経験等も交えて、一人約10分程度でお話をしていただきたいと思います。

では、小林さんの方からよろしくお願いいたします。

(小林会長)

ご紹介をいただきました、長野県伊那市から駆けつけてまいりました小林史磨と申します。

今日はお招きをいただきまして長野県からまいりましたけれども、もしこのシンポジウムが開催されなければ、私は高知県という所を知らないままこの世を去っていたかもしれません。ありがとうございます。わが人生に新しいページを開かせていただきました。ありがとうございました。

私が農産物の直売所を始めて、今年で15年になります。この間、大変な経験をさせていただいたわけでありませけれども、今年は15周年の「生産者の会」の総会を先日開催いたしました。最高齢者が90歳で、現役で出荷をしており、最高高齢者の表彰が行われました。この人は90歳ですが、「引き続き、あと5年ぐらいいは現役で頑張りたい」という受賞の喜びのあいさつをいたしました。

圧倒的多数の皆さんが高齢者でございまして、この高齢者の皆さんによって支えられている直売所の運営と同時に、長野県の南部の方、大変いわば中山間地域の山の方が多い所でございまして、こういう所の農業を支えておられるのも高齢者の皆さんです。農村を守るということは、その環境を保全したり農村の文化を守ったり、日本民族の歴史や伝統を守ったりする、そういう仕事が農村に課せられており、その農村を支えているのが高齢者であります。この高齢者の皆さんが大変元気に働いておられますと、「農業は嫌だ」と言って街に出た若者たちも、やがて高齢者になります。60歳を過ぎて定年になりますと、新たな農業就耕者としてその役割を果たすようになりますね。親の背を見て育つのは、60歳以降ですね。若者ではなくて60歳以降。何をしたいかわからない高齢者の皆さんが農業に参画をするという。この15年間の中で、そういう世代交代が60歳以上の段階で何人も行なわれてきました。そして80代、長い人は90代まで、現役で農業を続けるということが始まったわけです。これは、直売所がなかったら間違いなくそういう事態は起きません。直売所があったから、そういう現象が起きたわけです。

グリーンファームに出荷をするようになった老夫婦、といっても70歳前半のお二人がある日、こたつに当たってテレビを見ていた、(というかテレビはひとりで鳴っていた。)夫婦で話をする事もなく、ぼけっとこたつに当たっていた。焦点も合っていなかった。そこに孫が入ってきて、「おじいちゃんとおばあちゃん、何してるんだ？」というふうに聞かれたと。ドキッとして、何って、何もしてないし、どうして答えていいか困ってふと思いついたのが、診療所の待合室にいることを思い出し、「順番を待っているんだよ」と言ってしまった。そしたら孫にさらに「何の順番を待っているんだ？」というふうに聞かれて、さて、何と答えていいか困ってしまったけれども、言った言葉が「あの世へ行く順番を待っているんだ」と、こういうふうに答えたのですね。「へえ、じいちゃんとおばあちゃん、こたつでテレビも見ずにあの世へ行く順番を待っているの？」と、こういうふうに言われた。自分で言うおいて、ドキッとしてしまった。そして、「これはいかん」と。「何かしなければいけない」ということで考えたのが、「グリーンファームに大豆を出荷してみようか」と。「いや、こうしちゃおれん、忙しいんだ」と言ってテレビを消して、大豆の出荷をした。これが、



グリーンファームに出荷をするきっかけだったというふうに言っております。そして今は、出荷することが楽しくて、グリーンファームに行くことが楽しくて楽しくて仕方のない毎日になったわけですね。これは、まさに経済至上主義では考えられない事態がそこに発生したわけです。

ついでに少し申し上げておきたいと思いますが、最近NHKのテレビで「難問解決！ご近所の底力」という番組があります。私どもがそこに出演をすることになっております。まだ私も見ておりませんが、3月14日の午後1時半からその番組があるようです。ぜひ、機会があったらご覧いただきたいと思いますが。

いずれにいたしましても、そこに出てくる老夫婦がナズナを出荷して、「もう、毎日が楽しくて仕方がない」と言っておりました。そして、「貯めたお金で旅行に行くのが何よりの楽しみだ」と、こんなことも言っておりました。グリーンファームでは毎週、売上代金を生産者の皆さんにお渡ししております。しかも、現金でお渡ししております。これは、成果を早く生産者の皆さんにお知らせするということが1つの狙いです。これが功を奏しまして、毎週売り上げが現金化されて、その成績が毎週、忘れたころではなくて、まだ覚えているうちに成果として表れる。これは大変、生産意欲を高めるのに役立ちます。

そうやってお互いに切磋琢磨しながらやっておりますので、今まで診療所の番を待っていた農家の皆さんが、多少足が痛くても腰が痛くても、そんなことは言うてはおられんということで、「いつ行ったか、診療所にはもうしばらく通ってないよ」と、こういう生産者が非常に増えたわけですね。このことは、国保会計の中にも大きく反映されているだろうなど。具体的に調べたことはありませんけれども、少なくともあの地域1,700人の農家の皆さん、お年寄りの皆さん、そうそう病院へ行って「あっちが痛い、こっちが痛い」などと言っておられるそういう状況ではない、忙しい日々を送っているというふうに思っております。

少し長くなってしまいました。そんなところです。

(畦地)

ありがとうございました。

また後ほど、お話をお聞きしたいと思います。

2人目が黒潮町の松本良女さんですけれども、ご本人のお話を聞く前に、松本良女さんの日常生活の様子をビデオに収めましたので、まずそれをご覧いただきたいと思います。

(VTR鑑賞)

ということで、松本良女さんの朝の庭先集荷までの様子を見ていただきました。

ビデオの中にもありましたように、この庭先集荷、要は集めに来てもらえるということが始まるまでは自分で、「コミュニティーバス」といって片道200円のバスがあるのです。この良女さんが住んでいらっしゃる馬荷地区から役場の付近まで、片道200円のバスがありますので、往復400円ですね。400円を掛けて、その「にここ市」という直売所まで持っていったというお話がありました。

良女さん、その400円でバスで持っていったときは、大体その量や金額は1回にどのぐらい持っていったいましたか？

(松本さん)

やっぱり、同じようなものでしょうね。

(畦地)

先ほど車で持って行ってもらったぐらいの量ですか？

(松本さん)

はい。バスに乗って行って、9時に帰るバスがあるので、それに乗って帰りました。

そんなにしていましたが、田辺さんが集めに来てくれてまして、大変やすかりました。それで、田辺さんが好きになりました。



(畦地)

はい。「やすかりました」って分かりますかね。「助かっている」ということですね。

大正生まれということですがけれども、やはり先ほど「野菜を作るのが大好きながよ」というふうに言っていましたけれども、やはり野菜を作ることが一番の生きがいですか？

(松本さん)

はい。私はね、朝の暗いうちに電池をつけて野菜を見に行きますよ。それで、「電池をつけて行きよう」(行っている(方言))と、みんなに笑われます。野菜が好きです。そしたら、野菜の変なもの映らないで、いいものだけ見られて帰ります。そんなにして、朝早くから野菜を見に行きます。

(畦地)

電池をつけた方が、悪いところは見えずに、いいところが見えるのでうれしいと。

(松本さん)

はい、そうです。

(畦地)

なるほど。

良女さんと話をしていると、先ほど野菜や卵を出しているのですが、どうも単に商品を出しているという感覚ではなくて、まさしく自分が育てた子どもを、何か田辺さんに託しているような、そんな感じがするのですがそのへんはどうでしょうか。

(松本さん)

そうですよ。お金よりかね、それが健康の元になります。私が朝も早くから、晩も遅くなるまでね、働いて野菜も作るし、作るものに対してそんなに動いています。健康の元をつくってくれます。

(畦地)

野菜が健康をつくってくれるということですか？

(松本さん)

そうですよ。作るものを作っても何かを取っても、早くから行って、あちこち騒いでいます、電

池をつけて。(笑)

(畦地)

はい。ありがとうございました。

また後で、お話を聞きたいと思います。

次に、医師の堀川さんにお聞きをしたいと思っています。

堀川さんには医師というお立場から、例えば高知市で取り組まれています「いきいき百歳体操」など具体的な取り組みを交えまして、高齢者が元気で生きていくための方策や、ご自身、医師としてのお考えをお話ししていただきたいと思っています。

よろしく願いいたします。

(堀川所長)

こんにちは。高知市保健所の堀川です。

なぜ保健所の医者がこんな所へ来てしゃべっているのかというふうに思われる方もおられると思いますけども。私自身、今回のお話を伺ったときは、「ちょっと、私が出る場ではないんじゃないかな」と思っていたのですが、事務局の方からいろいろと資料を見せていただいたりする中で、今やろうとされている直売所や庭先集荷というのは、やはり健康づくりに結びつくのではないかということを考えて、今日は出させていただきます。

健康づくりといったときに、普通は皆さん方は健診を受けられると思いますけれども、個人の健康づくりというのは例えば健診を受けて、今だとメタボ健診というのがあります、腹周りを測って、「何センチ以上だったら、ちょっとこういうふうにしましょう」とかいうのもありますし、それから健診などで「タバコをやめた方がいいですよ」と言われるようなことがあると思います。

そういう個々人の健康づくりと、もう1つ我々の仕事として、健康に資する環境づくりということをして行政はやっていかなくてはいけないと思っています。



健康づくり

- 個人の健康づくり
- 健康に資する環境づくり
- いきいきと百歳まで暮らしたくなる地域づくり

**いきいき百歳体操・かみかみ百歳体操
健康づくり**

これは例えば、タバコの自動販売機はタスポがないと買えなくなりましたが、あのようにして子どもたちがタバコを買えないようにするとか、それから、今メタボでウォーキング、歩く方が増えていますが、川の土手などをきれいにして、照明などをつけて朝でも夜でも歩けるようにするとか、そういうふう健康に良くなるような環境というのをつくっていくというの大きな役割で、これが今の直売所のことにもつながるのではな

いかと思っています。

そういう中で、私は高知市で高齢者の健康づくりということをかなりこの間に力を入れてやってきていますので、その高知市での高齢者の健康づくりを少しご紹介する中で、直販所の役割について考えていけたらなというふうに思っています。

先ほど畦地さんが言ってくれましたが、高知市で「いきいき百歳体操」、それから「かみかみ百歳体操」というのを現在取り組んでおります。

いきいき百歳体操というのは非常に単純な体操ですが、高知市内で今 250 カ所ぐらいで行われていますが、それはすべてボランティアの方が中心になって各会場でどんどん、いろいろな場所で行っています。最初は公民館などが多かったのですが、すぐそういう所は使い尽くされてきて、例えば神社ですとか、それから高知市には宅老所というのがあります。それから、老人福祉施設の地域交流スペースという所にたくさんの方が集まられていたり、はりまや橋の東にあるはりまや橋商店街の催し物などの空き地のスペースでも毎週やっておられます。

それから、最後には自宅を開放して、場所がないということで自分のうちでやろうかという、そういう所もこれまでもありました。



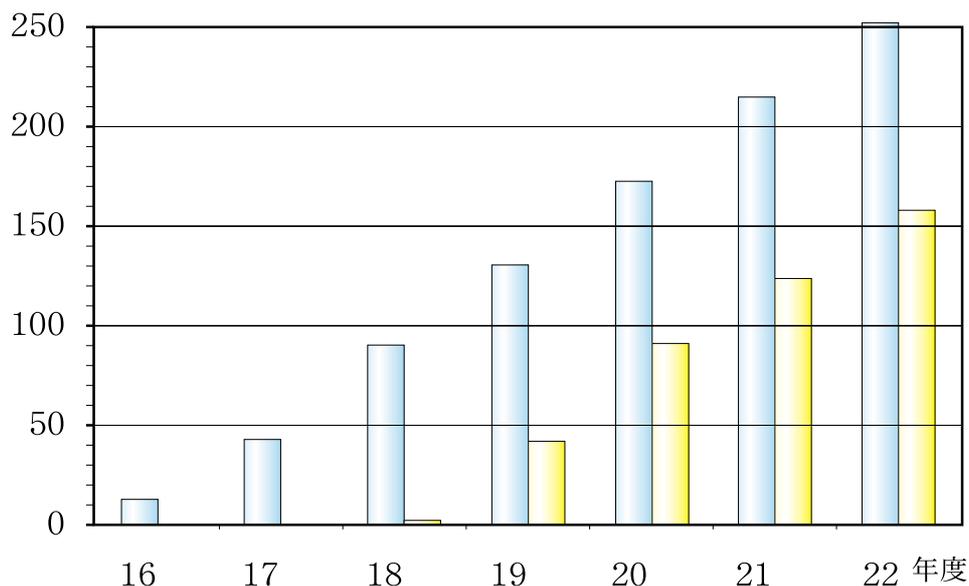
最初は平成 14 年ぐらいから 2 カ所です始めたのですが、どんどん増えていきまして、今は高知市内で「いきいき百歳体操」が 250 カ所、「かみかみ百歳体操」というお口の健康の方が 150 カ所ぐらいになっています。

県下でも「いきいき百歳体操」、または、名前が少し違うとか音楽が違うとか、少しアレンジしたものを合わせますと、高知市とはほぼ同じぐらいの数、高知市と県下市町村合わせまして 500 カ所ぐらい、それからこれ以外にも、北は北海道から南は鹿児島県の離島まで、全国でも 20 近い市町村でも取り込まれて、場所によっては 30 カ所、40 カ所もやっておられるという所もあります。

この体操をやる前に、どういふうにして高齢者の健康を考えていくかというときに、年を取って体力とか筋力が衰えていくというのは当然だというふうにみんな思っていました、実は決して

当然ではないということですね。それが世界の医学の中で分かってきたわけです。たとえ90歳、100歳になっても、筋力、体力というのは鍛えることによってもう一遍強くなることができるということが分かってきています。

いきいき・かみかみ百歳体操実施箇所数の年次推移(高知市)



次の写真は、2002年当時に保健所の方へ、要支援、要介護1ぐらいの高齢者の方に集まってもらった時の説明です。この体操を週2回行いました。これは「タイムアップアンドゴー」というテストで、いすから立ち上がって、3メートル向こうのこのコーンを回って戻って、もう一遍いすに座るまでの時間を測るテストなのです。なかなか立ち上がりスッと行かないとか、それから回るところ、特に戻って椅子にもう1回座るところなどがお年寄りには難しいところがあると。

右側が、3カ月たって体操を週2回、3カ月間やった後です。サッと立ち上がって、スッとこう歩いて。この方は始めたときに96歳で、3カ月後はもう97歳です。

同じ方ですが左側、これは5メートルを何秒かかって歩けるかというテストなのですが、5メートルが、この方はつえをついて歩いておられたので、少し時間がかかって9秒ほどかかっていたのですが、3カ月後は3.3秒というか、もう歩いているというよりも走っておられるという、それぐらいです。ですから、体力・筋力というのは年を取っているだけではなくて、やはり使わないことによって衰えていくものなのです。それをもう一遍鍛えることによって回復するという事は、たとえ97歳でもできるということが分かりました。

いきいき百歳応援講座(2002年)
96歳女性
タイムアップアンドゴー
前(27.4秒) 後(13秒)



いきいき百歳応援講座(2002年)
96歳女性
5メートル歩行時間
前(9.2秒) 後(3.3秒)



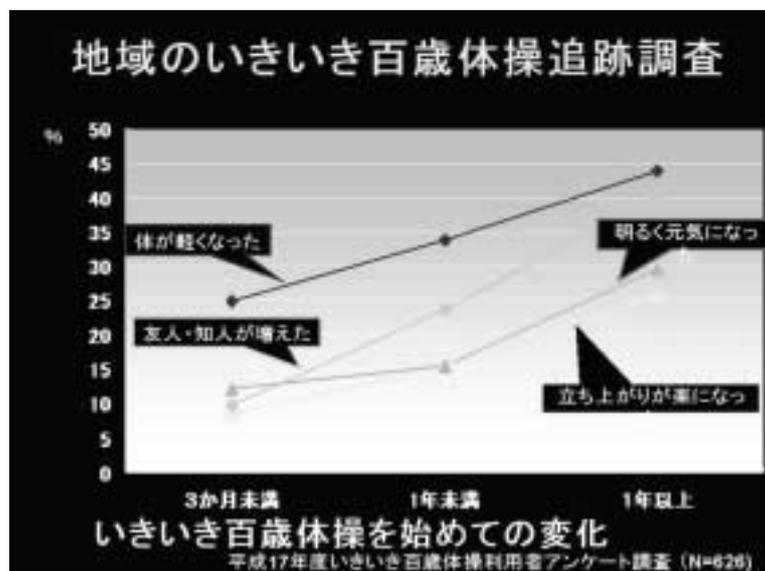
高知市では「いきいき百歳体操交流大会」というのを毎年やっています、これは第5回、おとしの11月だったと思いますが、県民体育館にほぼ満杯の人が集まってもらって、1,000名を超える方が集まって一緒に体操やいろいろなことをやりました。



このときに、90歳以上の方も30名ほど来られていたのですが、一番年上の方は102歳の方でした。この方は今、もう103歳になっておられますが、体操を始める前は口が1センチぐらしか開かなかったのです。なかなか食べるのも大変という状態だったのですが、かみかみ百歳体操というお口の体操もやっていく中で、1センチが2センチに開くと、1センチと2センチはかなり大きな違いがありまして、食べるのも本当に何でも食べられるようになったというように喜ばれていました。

それから次に、少し前ですが体操をやっておられた方たちにアンケート調査を取りまして、体操ですから「体が軽くなった」とか「立ち上がりが楽になった」、これは運動をやっているわけですから、当然そういうふうになってこないと困るのですが。

少し我々も驚いたのが「明るく元気になった」とか、それから「友人・知人が増えた」というのも、やはり長くやっている人ほど多く出てくるわけです。最初は正直言って筋力・体力のことしか考えていなかったのですが、みんなが集まって体操を長年続けていくに従って、恐らく最初は体のために来ていたのだけど、今では、多くの方は「友だちに会える」とか「そこで話ができる」ということを楽しみに、たくさんの方が続いてずっと集まっていられるのではないかとこのように思います。



高知市の旧鏡村鏡地区という所で昨年、保健所の保健師が地域の方にアンケート調査を取っていたのですが、その中で鏡村の店が高知市の市街地にありまして、そこへ出荷している方に、直販へ出荷することでの楽しみや、生活で変わったことというのを自由記載で書いていただいたことがありました。それを見ますと、「老いの生きがい」であるとか「心に張りができている」とか、「生きがいができ、毎日楽しい」、「よく売れると生きがい喜びあり」ということで、「生きがいできた」ということをかなりの方が言われています。

それから「小遣いができる」ということで、お金がやはり入るということは、単に農作業をやってもそれはそれで生きがいという方もおられるとは思いますが、それがお金に変わるということは、大きな生きがいになっているのではないのでしょうか。

それから「組合員と話ができる」、「生産者、消費者の交流が増す」、「出荷の帰りに喫茶に立ち寄り、人と話をする」と。これらも「人と会う」ということが、筋力・体力だけだったら体操でも同じで、家で一人でやってもいいわけですが、やはりみんなで集まってやる。同じように、これも出荷することによって単に家で消費するのではなくて、それによっていろいろな方と会う機会が増えて、人と話すことで、また元気になるということがあるのではないかというふうに思いました。

少しまとめになりますますが、高齢者にとっての健康ということを考えてときに、これはWHO世界保健機構が言っていることですが、「高齢者の健康は生死や疾病の有無ではなくて、生活機能の自立の程度で判断すべきだ」ということです。だから、単に医学的・身体的に健康はどうか健診してどうかというようなそういうこと、心身の機能だけではなくて、生活機能という場合にはそういう

心身の機能プラス、日常生活でどんな活動ができているかということと、もう1つ、社会への参加ですね。要するに、ほかの人といかに話ができているか、会って話をしているかということですが、「その3つを総合的に考えて、その自立の程度で判断すべきだろう」というふうに言われています。

直販に出荷することでの楽しみや生活で変わったこと(高知市鏡地区)

- 老いの生きがい
- 心に張りが出来ている
- 生きがいが出来、毎日楽しい
- よく売れると生きがい喜びあり
- 小遣いができる
- 組合員との話ができる
- 生産者、消費者の交流が増す
- 出荷の帰りに喫茶に立ち寄り人との話

高齢者にとっての健康

- 高齢者の健康は生死や疾病の有無でなく、
生活機能の自立の程度で判断すべき
(WHO世界保健機構)
- 生活機能
 - 心身機能
 - 日常生活の活動
 - 社会への参加

そうすると、直販するためには当然、自分で農業をしなくてははいけない。そういうことでの体力面などでの効果、それから、日常生活の活動として単にそれを作るだけではなくて、先ほどお話にありましたようにPOSシステムなどを使って、鏡地区でも3分の1の方はこのメールを受けるために携帯電話を買ったというふうなことを聞きましたけれども。そういうことが活動を増やしているし、それから、結局ものに値段をつけて売って、売れたものを考えるということ、それから人に会うということ、そういうことでの社会へ参加しているという、そういう意味で、生活機能に大きく貢献しているということは、それがひいては健康を上げているというふうになるのではないかと、うふうに考えました。

なるのかなということでも考えたのですが、やっぱり直売所、庭先集荷ということは高齢者の健康づくりにきっと役立っているだろうというふうに思います。

以上です。

やっぱり直売所、庭先集荷は
高齢者の健康づくり

(畦地)

ありがとうございました。

堀川先生の方からは医師という専門的な立場から、直売所について少し言及をしていただきました。

冒頭、堀川先生の方からもありましたように、「直売所をテーマにしたこういう会に医療者が参加

するというのはどうなのかな」と、少し思われたというふうにありましたけれども、今、堀川先生がおっしゃった内容、それから、先ほど松本良女さんは「私は野菜に元気になってもらっている」と。「野菜を作ることによって元気になる」のではなく、「野菜が私を元気にするんだ」ということをおっしゃっていましたし、それから、最初の小林さんも国保のことについて言及をされました。つまり、直売所ということがひとつ健康、それも先ほど小林さんがおっしゃった、「ただ単に体が元気で、毎日こたつに入ってテレビを見て、寝て、起きて、寝て、食べて、寝て、」というのではなくて、心身の機能プラス活動、つまり野菜を作る、そして参加する、直売所に出す。この3つがそろった健康というものが、まさしくその松本良女さんの本当の健康だろうというふうに思った次第です。

その小林さんが登場した本が、実は今月号の「現代農業」の増刊号、今年2月号の特集が「農産物の直売所」と、出たばかりの本があります。この中では、この1,700人で年間10億円販売をしている小林さんの所の産直市場グリーンファームと、41人の生産者で6億4,000万円の売り上げを挙げている茨城県つくば市の「みずほの村」の代表の長谷川さんとの対談という形で、特集が組まれています。この中で小林さんが、少し繰り返しになりますけれどもこのようなことをおっしゃっています。「農作業を高齢だからとやめることはできない。それは、死を意味することだ。食べる人がいなくても作る。こういう農家のお年寄りがいるわけです。まして、それが販売できるという喜びは非常に大きい。直売所ができるまでは、あっちが痛い、こっちが痛い大騒ぎをしていたお年寄りが、診療所に行かないで野菜作りに精を出す。これは、国保会計を大きく改善をしている。直売所は、農村における高齢者の生きがい対策で非常に大きな役割を果たしている」と、本日の直売所の多面的機能の一部に触れていらっしやいます。直売所といいますととかく、冒頭に言いましたようにビジネスの面、つまり産業振興の面からも非常に注目をされています。ますますこれからも伸びるだろうと。1兆円と言われるものが2兆円、3兆円、この先伸びていくだろうし、これを伸ばさなくてはいけないという方も多数いらっしやいますが、私たちが言っているのは、もちろん産業面でも注目が必要ですけれども、これまでも議論しましたように福祉だとか医療、衛生という面の分野の人からもぜひ、この直売所の機能に注目をしてもらいたいと思っておるところであります。

そこで少し小林さんに、補足的な話になるかもしれませんが、その直売所が高齢者の生きがい対策、あるいは国保の会計に大きく寄与しているということを少し具体的な事例といいたうか、実感を込めて少し説明をしていただけますでしょうか。

(小林会長)

農産物の直売所が今、より効率的なこの経営を目指して、より素晴らしい野菜を作る。そして差別化を図りながら、商売としてこれから発展させるために何を成すべきかという議論をされています。直売所が最近増えて、競争と淘汰(とうた)の時代に入ったから、そろそろ差別化を図って競争に打ち勝つ直売所をつくらなければいけないという皆さんもおります。

もし、そんな理論になれば、直売所間における競争と淘汰の時代が始まります。これは、直売の持つ社会的機能や多面的機能を見捨て、経済至上主義に直売所を引き込もうとするひとつの流れであり、非常に危険な流れではないかなというふうに私は思っております。直売所がさまざまな機能を持っているんだよ、そして、特徴をそれぞれの地域で生かしながら、お互いに切磋琢磨をして直売場事業を産業として発展させるというような位置付けが必要ではないかと思えます。

それは先ほども申し上げたように、直売所の果たしている役割が単に経済的な効果だけではありません。特に長野県で言いますと、耕作放棄の農地がたくさんございます。この耕作放棄の農地が何を物語っているかといえば、これがイノシシを増やしたり、シカを増やしたり、サルの被害をつくらしたりというような、自然の現象の中で大変、人間が生きていく上で障がいを起こさせている。ま

た、荒廃農地や山林がますます放棄されることによって水資源が危険だ、あるいは空気が汚れると、さまざまな社会的なマイナス要因がつけられている。そして、「限界集落」というような言葉が高知県で作られたようですけれども、まさに農村のお祭りもできなければ集会所も不要になってしまったという集落がどんどん増えています。こういう中で、農産物の直売所が何をなすべきかということになりますと、おのずとそこに出てくるのが、農村には若者がいないという中で、自然環境を守ったり、農村の文化を守ったり、高齢者の健康を守ったりというような使命を果たすということになりますと、単なる経済至上主義では説明することのできない重要な中身がある。もしこれを経済学で表すとするならば、「社会的経済学」というような学問をぜひどなたか作っていただいて、農産物の直売という行為を使って、行動を使って、農村の高齢者の肉体的健康、精神的健康、こういうものを保全しながら、農村の文化を守り自然環境を守り、人間の生きる道を守るような経済効果のある産業はほかにあるか。これをもう少し研究していただきたいなということを常々思っております。

高齢者の皆さんだけではなくて、今、若者たちも農村の長男はいずれ我が家に戻ってうちを継ぐというのが基本的な流れです。勤めに出ているけれども、土曜・日曜日は高齢化とともに、長男が高齢化とともにおやじの農業を、直売所を通じて手伝うようになってきた。今まで土曜・日曜日はゴルフだ何だかんだと言って、なかなかうちにはいなかった。「土曜・日曜日は休むためにあるんだ」と言っていた後継ぎの息子たちが、あるいは嫁さんたちが、土曜・日曜日にわが家の農業を手伝うようになってきたということで、若者たちも体を動かすという農作業に参画をしてきたと。このことは医学的にはよく分かりませんが、外にあちこちと遊び歩いている労働者層から、農家の担い手として育ちつつある。こういう現象が出ていることは、まさに農村を健康にする。自らも健康にする。こういう表れではないかということを感じております。

(畦地)

ありがとうございました。

直売所が経済至上主義に巻き込まれてはいけないという理論だと思います。つまり、かつて系統出荷、例えば農協、経済連等を通じた統一企画のものを大量に、というところからはじき出された人たちが直売所というふうには要は形成をしていったのだらうと。それがさらに逆に、競争と淘汰の時代になったのだから、直売所も同じ品物を、いい品物を同じ規格で大量に出さなくてはならないという理論が一方ではある。それはどうなのか、というのはたぶん小林さんのご指摘のポイントではなかろうかというふうに思いました。

堀川先生に少しお聞きをしたいと思います。

介護保険が平成12年から始まって、いろいろなその支援メニューがあろうかと思えます。このへんを良女さんは、「農作業ができるおかげで元気にいる」ということをはっきりおっしゃっています。ところが、その良女さんがやるような野菜を作ったり、ニワトリを育てて卵を作ったりというような、農作業を続けるための介護保険の支援メニューというのは、たぶんないのではないかと。あるとすれば、先ほど体操をしたりとかいうようなことは支援メニューとしてあるでしょう。けれども、じゃあどちらが元気なんだ、どちらが本当の幸せなんだというのは、冒頭、甲斐先生がおっしゃったところで少しヒントがあるというふうになれば、地域で元気に働き続けられる、あるいは農作業ができるため、農作業ができるということはそれ自身が完全に介護予防につながるわけですから、そのようなことに対する高齢者福祉側からの公的支援策というものはあるのかないのか。場合によっては、こういうふうには上手にやればできるんですよというヒントがあるのかないのか。そこらへんを少し専門的な立場から、非常に嫌みな質問になったかもしれませんが、少しヒントになるようなこと、あるいは「やがてそういうことも必要だね」ということになるのかかもしれません。

ども、少しそこを専門的な立場からおっしゃっていただいたと思います。

(堀川所長)

おっしゃるように、今、先ほど言ったように短期間、例えば3カ月程度の運動で高齢者がかなり、元気になるというは事実なのです。ただ、その人が元気になったところで、その人らしい生き方というものが変わらないと、3カ月たった元々の黙阿弥になるんですね。

今、介護予防ということが平成18年度から介護保険の制度の中にも入ってきて、全国で取り組まれているわけですが、どことも、その問題につき当たってしまう。だから元気になった後に、やはりその人らしくありたいという思いがあって、そういう体制をつくっていくということが非常に大事だと、我々自身も痛感しています。

私たちがやっているのは、それがずっと続けられる場所。単に3カ月だけで終わるのではなくて、続けられる場所ということで、いきいき百歳体操というものをやっているわけです。また、先ほど少し言いましたが、お金というのはやはり、一番のインセンティブがあり、お金が入ってくるといふことに対して、人間というのはやはり頑張るんだということがあります。

先日、リハビリテーションの県下の大会で、認知症の高齢者のグループホームの方から、(南国市のグループホームだったのですが、) 近くの農家の方が協力してくださって、ちょっとした袋詰めなどの作業を認知症のグループホームの方に回してもらったとの発表がありました。作業自体は1日に1、2時間程度、続く人でもそれくらいで、人によっては10分で終わったりということだそうですが、やはりそれをやることによって、そのグループホームの認知症の方たちがだんだん元気になってきた。最初はとても続かなかった人が続くようになったとか、一番感動したのは、家族の方が来られたときに「小遣いをやろうか」と言われたとのこと。それがその認知症の方にとっては自分がそれほどの額ではないけれど、月に1,500円か2,000円なのか忘れましたが、そういう額でもとにかくお金を稼ぐということが自分の本当に生きがいであり尊厳というふうになっているなというふうに感じました。

そういう、介護保険の中では、我々がやっているようなこともどちらかという認められていないので、介護保険の中でそういうことというのはまだまだ少し難しいかもしれませんが、大きな意味での、市の財政やほかの財政ということを考えてたら本当に、やはりこれからの高齢社会を考えたときに、高齢者の方が現役、現役というのはやはりそういう形で、生活に資することではないにしても、ちょっとした小遣いでもいいから、それをやっていくことによって元気でいただき、また社会に貢献していただくことが本当に大事なことだというふうに思っております。



(畦地)

ありがとうございました。

私たちがこの研究を始める前に、準備段階の時期だったのですが、葉っぱの「いろどり」をやっています上勝町（徳島県）に高知大学の方と一緒にヒアリング調査に行きました。

そのときにおりました、菖蒲さんと針木さんという、よくテレビに出てくる方がおります。（この前もテレビに出ていらっしやったのでたぶんお元気だと思うのですが。）その針木さんという方は、当時私たちが行ったときに82歳、たぶん今は86歳ぐらいなのですが。その方がおっしゃっていたのは、「役場からデイサービスに行きましょうと誘われて困る」と。「わしは「葉っぱ」が忙しいので、そんなものに行っている暇はない」と断るだけけれども、「まあ、おばあさんもそんなことは疲れるのにやめて、みんなと一緒にデイサービスに行きましょう」と。「誘われてわしは困る」と。とにかく若い職員が来るのですね。「あそこにもう80いくつのおばあさんがいるから、誘ってあげよう」というふうな上司命令か何かでしょうか。「来るけれども、あまり若い人が来てかわいそうだから、月に1回ぐらいは付き合っただけでいい」と。「でも、さっさとわしは帰ってくるんだ」とおっしゃっていましたが、何かそういう、ちょっと間違っただけの支援の仕方というのが少しあるのではないかと。少し、その介護保険の中で、先ほど「いきいき体操も少しレギュラーな部分があるのです」というふうにおっしゃっていましたが、そのやり方が問題ではなくて、やることによってどういう効果、結果が得られているかということに少しやはり私たちは目を向けて、それが本当に生きがいづくりだとか介護予防になっているのであれば、それはやはり社会的なコストを投入することでもやはり前向きに考えていかなければならないのではないかとというふうに、私たちのこれまでの研究の中でも思っているところでもあります。

そこで、元気にやっている松本良女さんにあえて聞くほどでもないのかもしれませんが、元気に野菜を作っているのだけれども、例えばもう少しこれはこういうふうに、誰か、あるいは個人でも、地域でも、役場でもいいのですが、こういうふうに少し手助けしてもらえれば助かるんだけどなあ、というようなことがひょっとありましたらおっしゃっていただきたいと思いますが、何かございませんか。

(松本さん)

手助けといっても、知った人の手近にいる人ならですけど。そんなに手助けといっても他人の方で。自分一人でやるのがいいじゃないかと思っています。

(畦地)

すみません、あまり意味のない質問を私がしたようですけれども。

畑に行って、畑の上だったらすごく元気にいろいろなことを話してくれるのですが、少し皆さんの前で緊張されているのかもしれませんが。

よろしいですか。

(松本さん)

畑の方が私、本当に生きがいがあると思います。野菜を植える。それで、それを「ここにこ市」に出せる元をつくるのです。

(畦地)

ありがとうございました。

そういうふう元気なアクティブに活動的に動いていらっしやる方というのは、逆に言えば、そ

んなに支援がある意味要らないのかもしれませんがね。先ほど私が言いました上勝町の針木のおばあさんのように「誘ってもらうのはありがた迷惑」と。「もう、わしはわしで十分できているんだ」ということなので、そういうことに対してある意味支援というのは余計なお世話なのかもしれませんが、逆に言えば、そういう余計なお世話な支援は要らないよという人たちがたくさん増えてくれば、これは本当に地域として非常に元気になってくるのではないかというふうに思います。

それでは、皆さんにお返しをした質問用紙を少しこの間に回収をしたいと思います。すみません、係の方、回収をしていただけませんか。

その間、回収をしている間に甲斐先生、これまでの皆さんのお話を受けて、少しお気付きの点がございましたらお話をお願いしたいと思います。

(甲斐教授)

本日のシンポジウムはすごく素晴らしいと思います。

その理由は、非常に現代的な問題点をとらえておられるシンポジウムだと思います。少子高齢化している、そして都市の過密、農村の過疎が進む中で、いかにそれを克服していくかというふうな、非常にいいシンポジウムだというふうに思います。

何点か申し上げたいのですが、特に今日、素晴らしい取り組みだと思ったのは、山間部で暮らす高齢者は運転がどんどんできなくなってくるし、また運転をしても非常に危険になってきます。生産はできるけど出荷できない。

そこで、やはり自家用車で田辺さんが庭先集荷を回られるということは、出荷はできないけれども生産はまだできる方をまだ維持させていくようなシステムを、黒潮町ではやられている。これは素晴らしいし、このシステムをもつ

とよその地域も真似した方がいいのではないかというふうに思っております。皆さん考えているのですが、なかなかそれをやり切れていないのですね。これは素晴らしい取り組みだというふうに思っています。

それから、ではその出荷費用を誰が負担するかという問題ですけども、その出荷者も一部負担するし、それからまた出荷者全員がまた一部負担するというようなシステムもつくっていったらいいのではないかというふうに思いました。

3番目は、やはり消費者に来てもらうということが必要で、そのためにはやはり品ぞろえをする必要があるのではないかというふうに思います。

でもどんどん高齢化するので、品ぞろえや量が減っていきますので、4番目に申し上げたいことは、これからはUターン者や退職者などに田畑を少し融通してあげるとか、貸してあげるとか、それからビニールハウスを作る資金を貸してあげるとか、そういうふうな新規参入を促進するような対策も必要ではないかというふうに思います。

それから、堀川先生の話の伺うと、やはり出荷者が出荷したときに少し体操をするような、その直売所の朝はお客さんがまだ来ていないので、そこで生産者が運動をするような施設を造ってあげるとか、ラジオ体操をするとか、百歳体操ですか。そういうふうなラジオやオーディオ施設を少し設置してあげて、みんなが一緒になって朝6時半から体操するとか、そういうふうなことをやったら健康維持できていいのではないかというふうに思いました。

何よりもこの生産、直売所の魅力を都市に発信する。来てもらわなければいけないので、消費者



にも来てもらうようにということで、今日は素晴らしい話でした。いわゆる産業をおこす役所の部署と福祉を担当する部署とが、やはり今までは縦割り行政だったのを融合させていくといいますか、産業部署と福祉部署とが連携して地域を活性化する、人を活性化するということが非常に今日のメインテーマではないかというふうに思います。非常に素晴らしいシンポジウムだというふうに思いました。以上です。

(畦地)

ありがとうございました。

質問が何点か来ていますので、少しお願いをしたいと思います。

非常に直接的なお話がありますので、まず小林さん。少し関連をしておりますので3つほど読み上げをして、トータルでまとめて少しお話をさせていただきたいと思います。

まず、「その直売所を始めたきっかけ、基本的な思いは何ですか」ということと、「その立ち上げ時期に直面した問題をいくつか教えてください。あるいは、その問題の解決事例もお願いします」。

「直売所が成功する要因とは何でしょうか」。

要は直売所に関することですが、よろしいでしょうか。

(小林会長)

大変な質問をいただきました。これに答えるには1時間ぐらい欲しいのですが。

始めたきっかけは、農家の皆さんが直売所が欲しいということで、常々そういうことを農家の皆さんは考えているのですが、なかなか直売所を造るということは難しさがございます。私どもの所でも、農家の皆さんと年に一度ぐらいは一杯飲む機会がありまして、一杯飲むと「直売所が欲しいし、あの辺に造ったらどうか」と。「ああ、あの辺はいいだろう」ということで、造る話にはなるのですが、4、5年そういう話が繰り返されておりました。直売所は酒を飲む肴になっていたのですね。そうなるとなかなかできないということで、いつ、どこで、誰がやるかということを決めないと、「造りたい」というだけではできないということが分かったのです。

それで、農家の皆さんがやるには自分も仕事をしているわけですから、誰かがそういうことをやってもらわなければならないと。その「誰か」は誰かということで探して回ったけれども、なかなか人材もないということになりました。そこで仕方なく、一番暇そうな「小林、お前やれよ」と、こういうことになりました。私も物好きですから「それじゃあ、やってみようか」ということで、物好きな人を探すことが最初でしたね。そして、具体的に計画を立てなければやはり物事は進まないということがよく分かりました。こうやって、始めることになったのです。

そして、それは作りたいというのだけれども、農産物を出荷していただく人がどのぐらいいるか、280戸の農家の皆さんに呼び掛けをいたしました。そしたら、60人の農家の皆さんが「出荷してみたい」ということで、登録をされました。登録をしても、今差し当たりそういうことを計画しておりませんので、出荷するものがないと。冬の越冬野菜の残りの分を出荷しようということで始まりました。

そうしますと、マスコミも取り上げまして「直売所ができる」ということで始めたのですが、当初はもうあまり野菜がない。すぐに午前中ぐらいで売り切れてしまいますね。農家の皆さんに電話をして催促をして「持ってきてください、持ってきてください」ということでやってまいりました。冬場になりますと、これまた野菜が非常に少なくなりますので端境期で厳しいと、こういう難しい問題がございます。

そこで、そうこうしているうちにこういうことがあったのです。ネギが市場から消えてしまった。

「ネギがない」ということで、1本100円とか150円とかしているというふうな時期が12、3年前

にあったのです。そのときに、農家の皆さんに「ネギを出荷してください」と言ったら「ネギはないよ」と。「ないじゃない、畑にあるじゃないですか」。「どのくらい出したらいいか」と言うので、「1キロずつ出してください」と、こういうふうをお願いをしました。「1キロぐらいならどこにでもあるよ」ということで出してもらいました。100人の人が1キロずつ持ってくると、100キロ集まるじゃないですか。そのときは既に300人ほどの生産者がおりまして、1キロずつ集めたら300キロも集まったということで、数は力だということが分かりました。

確かに、市場に出したり農協に出荷するほどはないけれども、1キロや2キロの野菜はいつでも農家の方は持っていますよ。そのぐらいのことは言ってくださいよと。これが、品物を確保する上で数が力。そして、意識的に出荷するのは少量で結構ですと。大豆などは200グラム1袋でいいですよというふうにしますと、農家の土蔵や物置の中には意外と商品があることが分かりました。こういうものを持ち寄って、直売所の品ぞろえを増やしてまいりました。

そして、さらにもっともっと品物を増やして直売所を活気づけるためには、生産者を増やす必要があるということで増やしてまいりました。ついに1,800人も増えてしまいました。これは恐らく日本一の数だろうというふうに思いますが、こういう人たちの小さな農業が集まって大きな市場をつくる、こういうことを続けてまいったわけです。いろいろ困難はありましたが、それを支えるのは先ほど申し上げましたように、毎週現金でお支払いをするという、生産者の皆さんの生産意欲を引き立てる、そういう役割を果たしているということでやってまいりました。

答えになったかどうか。

(畦地)

ありがとうございます。

毎週現金で、生産者に売り上げを渡す。つまり、何を幾ら出したかがちゃんと頭に残っているときに現金をもらうことによって、「1個幾らで売れた」、「1本幾らだった」ということがはっきり分かるということですね。それが小林さんの所のひとつの作戦といいましょうか、手法ではないだろうかと思います。

少し、直売所に関連したことで甲斐先生にご質問が来ております。

「直売店が大型化する中で、私どもの直売所では地元産にこだわって地区の生産者の出荷に限っています。しかし、生産者の高齢化に伴い品数が減ってきました。地元産へのこだわりをどのようにお考えでしょうか」ということと、別の方から似たような質問です。「直売所へ出荷することで、高齢者が地域で元気になっています。売り切るためにどういった方策を持つと良いでしょうか。また、どういった地域連携が必要であるとお考えでしょうか。ご助言をお願いいたします」ということです。

よろしく願いいたします。

(甲斐教授)

これは小林社長に聞いた方がいいと思うのですが。私が見た感じではいろいろな直売所があって、非常に理念に地産地消にこだわっている直売所もあります。それから、もうそういうことはあまり関係ないような、あまり理念がないスーパーマーケット型の直売所もあります。どっちがいいのかよく分かりませんが、高い理念を持っておられる所は、やはりどんどん高齢化して出荷が困難になっています。そこで庭先集荷をやるとか、それから道の駅同士だったら道の駅同士で連携する、働いた道の駅で連携するとか、JAさん同士で連携するとか、何か連携をやはり図っていく必要があるのかもしれないね。

ですから理念は崩さずに、少し範囲を広げていくといえますか、供給範囲を広げていくような工

夫が必要ではないかというふうに思っています。

やはり無節操な直売所というのは、あまり直売所ではないような気がしますね。青森県のリングを市場から持ってくるだとか、そういうのは直売所と本当に言えるのかなというような気がします。私としては、高い理念を持ちながら少しそれを緩める工夫といえますか、そんな道の駅や産地間交流などをやりながら、やっていく必要があるのではないかと考えています。

それから、今後どうするかということがやはり課題ですが、やはりそこは難しい問題で、やはり何といえますかUターン者などを入れていく、それから資金を貸し付けるとかというような、新規参入者を増やす工夫というのがやはりこれから必要ではないかというふうに思っています。

(畦地)

ありがとうございました。

小林さんにもその点、会員の方、出荷者がだんだんと高齢化をして、新規参入がなければ当然そのメンバーが減っていく、当然、品数が減っていくということになってくるわけですが、

そこらへんの解決策というか、対応策がもしありましたらお願いします。



(小林会長)

私の所はお客さんが増えまして、今年この1月、2月は史上最高の人出になったようです。よくお客さんが言うのですが、「いつ来ても駐車場がいっぱいだ」と。「この不景気のときに駐車場がいっぱいなのは、ハローワークとグリーンファームしかない」ということをよく言われるのです。

どんどんお客さんは増えて、昨年で言いますとレジ通過のお客さんが、あの山の中に、周辺に人家は見えない畑の中ですよ。こんな所に55万人もお客さんが見えているのですね。よく「何でこんなにお客が入るんだよ」というふうに言われますけれど、これは企業秘密ですよ。しかしまあ、ここまでくれば企業秘密も何もありませんので申し上げたいと思うのですが、なぜ来るかという、お客さんに聞きますと「これは面白い」「楽しい」と言うのです。楽しさが人を集めると、私は確信をしております。「楽しい」ということの意味には、生産者と消費者が感動し合う空間をその直売所の中につくるということが私は基本だと思います。楽しいという意味は、ただ単に漫才を聞いて楽しいということではなくて、そこに人間の生きる喜びというものをお互いに感じ合うと。そして実利を伴う、こういうところが直売所だというふうに思っております。

いろいろと品物をそろえる必要があると思います。先ほど言われたように、長野県で青森のリングではおかしいけど、長野県には長野県のリングがありますからいいと思います。そのへんは臨機

応変にすべきだと、「直売所というのはこうあるべきだ」というものは特別ないだらうと思います。直売所を運営する側が勝手に決めない方がいいのではないかな。これは消費者の要求にどう応えながら、地元の農産物を絶対量でどれだけ販売するか。売り上げの何パーセントを地元の農産物を地産地消で販売するかということではない。やはり、その地域で生産された農産物をどれだけ地域の皆さんに食べてもらうか、あるいは遠来のお客に買ってもらうかというようなことを考える必要があるのではないかな。

グリーンファームの1,700人の皆さんは、グリーンファームで買い物をしていきます。「生産者こそ、最も安定した消費者だ」というふうに考えております。生産者も多くの野菜や農産物は買って食べておるわけですが、単なる生産者になってしまうとスーパーで買ってきて、よそで買ってきて、自分たちの直売所ではあまり買わないという所もあります。生産者にしてみれば「直売所は物々交換の場だ」というふうになれば、ハクサイを持って行って、帰りにはバナナも欲しいとか、あるいは長野県で言えば、取れない柑橘類を欲しいのです。農家の皆さんが「ミカンぐらいは置けよ」と、「そんなの地元にはないよ」と、「なくても置けよ」。こういう要求があるわけですね。そこで、宇和島の生産者の皆さんにグリーンファームの生産者の会に入会していただいて、今は宇和島のミカンを大量にグリーンファームに出荷していただいております。こういうふうに産地間の交流というか、産地から流通を通らず直接交流するというシステムを大いに考えるべきだというふうに思っております。宇和島のミカンは今、学校給食にも使われております。学校給食で、生産者の農家の皆さんにも学校に来ていただいて、「こうやって私たちは作っているんですよ」と、ミカンの木の枝を見せながら話をすると、いわば食育と申しまししょうか、そういうことも地域を越えたことができるんじゃないですか。こうすることによって、直売所に対する人気はますます高まっていくだろうというふうに思います。

そして、直売所でなければならない・できないということがたくさんあります。例えば、旬のものも多く直売所に出荷していただく。畑がなくても出荷している元郵便局の職員がおりますが、年間200万ほど出荷しています。何を出荷しているかという、今はふきのとう、ワラビ、たらの芽といった、こういう山菜などを出荷しています。夏になりますと、カブトムシやクワガタなどを出荷します。そういう珍しいものを、直売所ならではの旬のものを大量に出してもら。山の中ですから、マツタケもキノコも大変できますね。今、グリーンファームで販売するマツタケの量というのは1トンを超えております。キロ5万円で売ったとしても、大変な金額になるのです。そして、山で取れたキノコを高齢者の皆さんが運んでくるわけです。まさに健康でなければできません。こういうことを証明して、普通の農産物だけではなく、さまざまなそういった野のものを商品化していくことによって直売所の人気を高めて、絶対量としての野菜の販売を広げていく必要があるだろうというふうに思います。「おじさん、健康で頑張ってくださいよ」などと言うと、「いや、おれは健康だから働いているんじゃない。働いているから健康だよ」と、こういうことをよく言います。

そんなふうに思いました。

(畦地)

グリーンファームの方でも、南大東島の商品もいろいろ取り扱いをしていますね。それはやはり、その物語がそこにあるわけですね。その南大東島と長野県との交流という物語があって、その物語の上に南大東島の商品が売られていると。ですから、ただ単に仕入れてきて沖縄のものを売っていただきますということではなくて、そこにちゃんとしたバックボーンがあって、物語があって、なぜここで南大東島かということがあって初めて、買いに来たお客さんはそれを買ってくれるのだらうと思いますし、昨年、私たちが産直サミットに行った帰りに「雷電くるみの里」という直売所に寄らせてもらいましたけれども、そこでは須崎の農協、土佐新潮農協のブントンを売っておりました。そ

こは毎年、その須崎の土佐黒潮農協から直送して、そこでブントンを売る。そこにはやはりお互いの、「雷電くるみの里」と土佐黒潮農協との交流があって、そこで商品が売られているということなので、ご質問にありました「地域のものに限っている」ということについては、小林さんの言葉を借りますと「それは別に売る側が決めることではないのだ」ということでしょうか。お客さんにある意味に決めてもらおうと、そういうことでよろしいですか。

(小林会長)

はい。売る側がそんなにこだわることはないだろうと。お客さんは選択の自由があるわけですから、選択権はお客さんにゆだねるべきだというふうに私は思っております。

(畦地)

ということで、質問をされた方は参考になさってください。

あと2つほど少し質問を。

堀川先生に質問が来ております。「いきいき百歳体操、かみかみ百歳体操で、身体的・精神的向上と、コミュニティづくりにもなっていると思います。この活動は、高知市の介護保険とどのような関係関係になっていますか」少しこういうお仕事に携わっている方かなというようなご質問なのですが、よろしいでしょうか。

(堀川所長)

いきいき百歳体操は確かに、単に体操の場ではなくて高齢者の交流の場、そこだけが生きがいとどうしようもないわけですが、やはり週に1回、そこでいろいろな人と会えるということが楽しみになっていると。

ですから、この前も馬路村に呼ばれて行ったときの話は、そこの方たちは朝9時半から来て、体操は30分で済むのですが12時までいて、だから週1回は午前中の農作業は休んで、みんなでそこで体操の後お茶を飲んで話をして、というのがひとつの生活の中での生きがいのひとつだというふうにおっしゃられています。

そういう意味では当然、介護予防ということにつながらなくてはいけないのですが、ただその「介護」の認定を受けるということは、単に体の元気や生きがいだけではなく、いろいろな要素が入ってきます。特に高知県、高知市の場合は、一人暮らしの方が非常に多いのです。全国平均の70代後半から80代のあたりが倍ぐらいおられます。そうすると、どうしても一人暮らしだとちょっとした不自由で、やはり介護保険で「ヘルパーさんに買い物分だけ手伝ってもらおうか」とか、そういうような方が多いので、全国平均に比べると、高知市は実はその認定者の数は多いです。それは、そういうようないろいろな事情が絡んでいます。

ただ、確かに今、75歳以上の女性の2割ぐらいの方が参加されています。いつも「介護保険の認定者は入っていますか」とか「保険料はどうか」と聞かれるので、これはそろそろちょっとした数字を出していかなくてはいけないと思っておりますが、なかなか一筋縄ではいかないというのが正直なところではあります。

(畦地)

この関連で最後です。

甲斐先生に質問です。「先ほどのご講演の中の、直売所にかかわる人、生産者、販売者などの身体的・精神的健康増進という主観的な向上を嬉しく思います。このことについて、客観的なデータがございましたら」ということです。

特に介護保険、医療機関、何かございますか。

(甲斐教授)

それは今後の課題とさせていただきたいと思います。

そうですね、でも、病院に行く回数が減ったというのは、本人が答えているので、なかなかデータ化は難しいですね。医療費は一人当たりどうなったかというのは、病院がたくさんできれば行くだろうし、サービスが良くなればいだろうし、ある地域では病院の方が、病院は病院でその経営上たくさん患者さんを迎えたいので、お客さんに送り迎えしたり病院側もすごくサービスしますので、ある意味では医療費はそんなに差がないのかもしれないですね。

病院の数がたくさんあるということ、また病院がサービスすることによって医療費が下がるとも言えないですが、その出荷者については減っていますから、一人ひとりのこういうようなアンケートでしか、なかなかとらえようがないのかなという気がします。でも、町村役場に行ったら、そういうデータがあるのかもしれないですね。

それから、精神的にどう思うかということについては、私のアンケートで答えてもらっているのですが、なかなか難しい。これをどういうふうな客観的な数字があるかというのはなかなかこれととらえにくいのです。

(畦地)

私たちがやっていた庭先集荷に係っての生産者、出荷者に対するアンケートを数回取っていますが、「生きがいが増えた」とか「やりがいが増えた」、あるいは「近所との交流が増えた」というような、明らかにその庭先集荷の始まる前と後では、数値が上がっているのです。

ただ、医療費、具体的な金額の面の追求というのは実際まだできていなくて、例えば個人個人の方の国保であればさかのぼって、医療費が年間幾ら掛かったのかというのを追求をしてみたいねと言いつつも、まだできていないというのが私たちの研究段階であります。

あと、この研究を始める当初、最初に病院関係者の方に言われたのは、高齢者の医療費と、それから働くことによって元気になるとかいうことの相関関係というのは、なかなか数字では表しにくいのではないかと。つまり高齢者が年をとっていく問題が一方であって、そのことと働きがいによる数値化というのは、これは不可能に近いというふうには実は言われておまして、数字というのは一番説得力のあるものですが、なかなかこの医療費の関係などというのは数字に表しにくいというのが、実際いろいろ調査研究をしてみて感じているところですが、少なくとも関係の方へのアンケートについては、甲斐先生のところもそうですし、私どもの研究もそうですけれども、明らかに直売所に出せることによって、そういう働き方ができることによって、いろいろな効果が飛躍的に伸びているというのが明らかになっているということだけは事実であろうかと思っています。



(甲斐教授)

例えば農家の数や、農家率とでもいいですか、ある市町村における農家の割合というのはそんなに高くないですね。ですからその町村役場に聞いても、それが明確に出てくるような、「直売所を造ったら町村の医療費が下がった」というようなデータがなかなか取りにくい理由は、農家率が非常に低い。たぶん10%もあるでしょうか。町村によって違いますが、そういうような農家率も非常に低いので、それが明確にこの市町村データに出てこないというふうに思いますよ。

これは地域のマクロデータと、やはり個人個人がどう答えたかということが大きな指標ではないでしょうか。

(畦地)

たぶん本日は、この中にも直売所を直接運営されている方ですとか、あるいは行政の関係者の方、多数いらっしゃるかと思いますので、もしよろしければ地元の直売所の生産者の方に、そういう医療面や生きがいづくりの面とか、そういう面、少し聞き取り調査等をして、地域の直売所、自分たちの町の直売所が、そういう人たちにどういう影響・効果をもたらしているのかというのを少し探ってみるといっても、ひとつ大事なこともかもしれません。ぜひやっていただけたらと思います。

あと、甲斐先生、例えば食農乖離（かいり）率や食のブラックボックス率など、さっきいろいろと出てきました用語のことについての質問や、うちの研究員の山崎君がやった、庭先集荷に関するいろいろなことの質問でありますとか、小林さんにグリーンファームでの野菜や果実の商品のレベル、「ここまでなら出荷がオーケーだよ、ここからは駄目だよ」というようなそういうレベルがあるのかとか、傷みとか鮮度の問題とかいろいろ質問がありますが、少し時間が押し迫ってきましたので、申し訳ありません。このたくさん書いてくださった方、どなたか分かりませんが、後ほど個別にお聞きをしてください。申し訳ございません。これを全部聞くと、たぶん1時間ぐらいかかってしまうのではないかと思いますので、少し省略させて頂くことにします。

そろそろ終りの方に近づいていきたいと思いますが、最後にそれぞれ皆さんに一言ずつ、まとめのような形でお話をさせていただきたいと思います。

まず、良女さん。まだまだ元気で、野菜を作ってもらいたい、馬荷小町で頑張ってもらいたいと思いますが、これからどんなものを作っていきたいと思っておりますか。あるいは、どういうものをどういうふうに作っていきたいといった、何か計画がありましたらおっしゃってください。

(松本さん)

私はそんな計画ありませんけど、できたら元気なうちに、もうちょっと植えて出したいなあとは思っています。

(畦地)

ぜひ、新しい野菜にもチャレンジをしてください。

(松本さん)

はい。よろしゅうございます。

(畦地)

よろしくお願ひします。

それでは、あとのお3人の方にそれぞれ簡単に最後のまとめのような形で、冒頭からずっとお話をしてきました高齢者が元気で長生きするために、自分たちは産業と福祉というものが一体化した、融合したような新たな概念に基づく施策、サービスといいますか公共サービスというふうに自分た

ちは言っていますが、そういうものが必要ではないかというふうになんと主張をしてくれています。
その中でも、特に地域産業ですね。高齢者が元気で働いていくためには地域産業はどのようにあるべきか、ということに絞って少し最後のまとめのような形で、一人2分ぐらいずつでお願いしたいと思います。

小林さんの方からお願いいたします。

(小林会長)

非常に難しい質問をいただきましたが、私は常日ごろ感じることは、朝のNHKのテレビを見ていますと、さまざまなサービスがさまざまな企業や行政で行われているというニュースが報道されております。わが家にいながらにしてインターネットで買い物ができる、こんな都合のいいものができる、バリアフリーの生活環境はこうやってつくられている、今は座ったままで買い物ができる、財布を持って外に出なくても買い物ができる、こういう便利な世の中になりました。「いながらにして買い物できて、寝たままお風呂にも入って、体を動かさずにして何でもできる社会になりました」と報道されております。ただスイッチをいじるだけで何でも生活ができる、健康管理もできる。体を動かさなくて何だかブヨブヨ肥えていきまして、しまいには歩くこともできない人間になってしまうのではないかな、というふうな感じをよく受けております。

農産物の直売所は、人間らしい生き方を模索する場所ではないかと。体を動かして農産物を生産して、体を動かして買い物をする。生活そのものを再現できる所にしていく必要があるのではないかと。大型店は一言もしゃべらずに、必要なもの以上のものを買って、一言もしゃべらずに、店舗から去ることができる。表の方ではご主人が「いつまでやっているんだ。早くしろ」と怒っている。こんな姿をよく見かけますけれども、言葉を失ってしまっただけで買い物をするという、こういう非人間的な買い物の空間というのがどんどんつくられてきました。今、直売所では、人々は大騒ぎです。さっきのあの笑い声、ああいう声が直売所の中に蔓延しております。これが人間の生きる道だろうと。

いながらにしてスイッチ1つで買物をしたり、生活環境を変えていくというようなことは、人類そのものの健康にとっても誠に不健康な社会だろうと。やはり、今や直売所が原点に立ち戻って生きる姿を再現させる、これが農村における直売所の使命だろうなというふうに思っております。

(畦地)

ありがとうございました。

それでは堀川先生、少し専門外みたいな話になりますけれども、よろしく申し上げます。

(堀川所長)

私は経歴に少し書いていますが、平成3年から4年間、十和村の国保診療所の診療所長を務めまして、何十人かの方を在宅で看取ってきています。

その中で、90代の半ばくらいのあるおばさんのことを今思い出したのですが、その方は最後少し寝たきりの状態になって、実の娘さんと二人暮らしで娘さんに介護されていたのですが、本当に亡くなる1、2週間ぐらい前まで、天気が良ければ娘さんが車いすに乗せて家のそばの畑へ行っただけで、そこで地面に降ろされて、横座りになって草を引いておられたのです。しばらくたったら娘さんがまたやってきて、場所を少し移動させて、またそこで草引きをするという、そういう姿を見たことを思い出したのですが、本当に農家の方というのは農作業、最後は草引きとよく言われますけれども、そういうことが身に付いておられて、それがまた生きがいのひとつだと思っています。

高知市に行って高知市の高齢者、特に市街地の場合は、本当にそういう畑のようなものがないと

というのは、甲斐先生も講演の中でおっしゃられたと思うのですが、非常に不幸なことだなというふうに私自身も感じています。市街地で畑というような話にはならないと思いますので、やはり今日のお話を伺って、北欧やオランダなどではそういう高齢者のコミュニティービジネスということで、高齢者と組合とか、そういうようなものがかなり力を持って、それで小さな食堂みたいなものをその地域の中で高齢者の方が出して、それはみんなが少しの時間ずつ働いて、ちょっとしたお小遣いにはなっていると思います。そういうようなものがたくさんあるというのを前にお話を伺ったことがあります。高知市などでもやはり、単に私の仕事は健康づくりなのですが、健康というのはその人がその人らしく生きていくための資源なのです。あくまで必要条件で、やはり十分条件でその人がその人らしく生きていく高齢者が、やはり生きてくためにはそういう仕事の場というか、そういうものが必要だなというのを今日本当に感じさせてもらいました。



(畦地)

ありがとうございました。

それでは、最後に甲斐先生、お願いいたします。

(甲斐教授)

本日は勉強する機会を与えていただきまして、どうもありがとうございました。

最後に3点だけ申し上げたいのですが。

まず第1点は、どんどんやはり国際化が今後とも進んで、その国際化というのは輸入が増えてくるという意味で、農産物の輸入はきっと増えていくだろうというふうに、これだけは拒否できない問題があります。では、食糧の自給率はどんどん落ちていくわけですが、それをいかに防止するかと、じゃあ何を武器に戦うのかということですが。もうコストではやはり10分の1の労賃の中国、それから100分の1の地代のアメリカにはとても勝てないわけで、日本農業が生き残るとするならば、やはり鮮度だと思うのです。いかに鮮度の良いものを、味、鮮度で勝負していく。そのためにはやはり直売所が非常に重要になっていくのではないかとこのように思います。

ですから、農業政策も大規模農業だけというわけではなくて、やはり小規模農業も大切にするような、大規模農業と小規模農業が併存できるような農業政策に転換していく必要があるのではないかなと思っています。これが第1点です。

第2点は、とはいいいながら、では農村は農村だけでなかなか自立は難しく、都市にある経済的な富をやはり農村に持ち込む必要がある。そして、農村は農村のある意味では富があって、それは自然の魅力だとかそういうものはまだ持っているわけで、この都市の経済的富と農村の自然の富・魅力を物々交換する場所として、やはり直売所は非常に重要で、都市と農村の交流がやはり都市側にも農村側にも、非常に重要ではないかというふうに思います。まさに都市と農村の結節点になっているだろうというふうに思います。

最後ですけれども、今後とも日本は少子高齢化社会に向かっていくわけですが、そういう中で農業政策だけ、福祉政策だけとか、行政が縦割りになっているわけですが、これをいかに融合しながら国民本位の、まさに命を大切にするような政策に行政も変わっていったらいいなというふうに思いました。以上、3点でございます。

どうも、ご清聴ありがとうございました。

(畦地)

ありがとうございました。

いかがでございましたでしょうか。本日の議論ですけれども、直売所には直線的な経済効果、つまりもうけということではない、さまざまな多面的・公的機能が潜在をしているということが分かっていただけたかと思います。

であれば、産業振興や高齢者福祉などの現場では、今後何をしなければならないのかということでもあります。

少し話は変わりますが、我々自治研究センターでは、これから10年かけまして高知の地域産業の担い手を輩出したいということで、「高知地域産業振興人材育成塾」というのを昨年11月から始めまして、現在20名の20代、30代の若者が集って学んでおります。この塾の塾頭を一橋大学大学院の関満博教授にお願いして、また講師として、島根県立大学の松永佳子准教授にお願いをしています。この度このお二人の編集で、こういう『農産物直売所／それは地域との「出会いの場」』という本が今月出版されました。この中に、全国11カ所の直売所の事例が出てまいります。この本の第3章に、小林さんの所のグリーンファームが出ていまして、関教授が執筆をいたしております。実はこの第4章、次のページに私が書いておまして、先ほど堀川先生のご説明の中に出てきました鏡村の直売所の事例を書いております。実は、4冊ほど持ってきました。2,500円プラス税なのですが、今日は税はサービスで2,500円でお売りをしますので、4人先着順、もしご希望の方がありましたら受付の所でお求めください。

ということで、少し本の宣伝もしたのですが、このあとがきの中にその編者の松永さんが次のように書いております。「農山村や中山間地域において、直売所は産業振興の側面と福祉政策の側面を兼ね備えている。限界集落を抱える中山間地域の自治体では、直売所を福祉政策と融合させる新たな試みが課題となってくるだろう。地域産業も地域問題と人々の生きがいを包括的にとらえる視点がより重要になってくる」という指摘を、私たちがやっています黒潮町の庭先集荷の事例を出しながら述べていただいております。

ご存じのように、現在高知県では産業振興計画を策定し、2009年、本年を執行元年、それから2010年度、来年度を「挑戦の年」ということで強かに推進をしようとしていますけれども、直売所のような「小遣い稼ぎ」と言われる小さな仕事おこしも重要な施策という視点を失わずに、高知県全体の地方自治の総合的な推進を図っていただきたい。また、私も自治体の職員であります。我々もそのための努力を惜しんではいけないのではないかというのが、本日進行を務めながら抱いた私の感想であります。

最後に、小林さんが毎月発行されておりますこの「産直新聞」に必ず載る、小林さんが書かれた

詩があります。それを朗読して、本日の最後にしたいと思います。

産直賛歌

百姓嫌だと町に出て

サラリーマンと化した子に

食べきれぬ野菜を作ってどうするの

あっち痛い、こっちが痛いと思痴るより、

百姓をやめて温泉につかってのんびり暮らせよと

やさしい言葉でなじられて、生きる喜び細められ

日々の暮らしは暗かった

産直できて言うことにゃ、おやじの野菜は素晴らしい

なあせがれ、お前の嫌いな百姓に今じゃ嫁から孫までも

勝手に手を出し口も出す

3 世代通ずる心の喜びの詩（うた）

これで、本日のパネルディスカッションを終わりたいと思います。

最後に、パネリストの皆さんにもう一度温かい拍手をお送りください。

ありがとうございました。

（司会者）

パネリストの皆さん、そしてコーディネーターの畦地さん、長時間大変ありがとうございました。

以上で、本日のシンポジウムを終わっていきたいと思いますが、直売所の本当に多面的な機能というのがあらためて浮き彫りになってきたのかなと思いますし、それを通じまして、いろいろな可能性というのも見えてきたように思います。

本日のこのシンポジウムの模様は冊子にして、出来次第、当自治研究センターのホームページにも掲載したいと思います。

そういうこともご報告しながら、本日のシンポジウムを閉じていきたいと思います。

どうもありがとうございました。