

くらしと協同をたずねて

地域活性化の今 ～地域おこし協力隊の活動を事例として

森下 裕之（久美浜まるごとプロデュース協議会事務局）

はじめに

現在、国の地方創生の政策の下、様々な地域活性化が全国で行われている。今回は、その政策の一つである、総務省の地域おこし協力隊の活動について京都府京丹後市での自らの隊員としての経験を下に紹介致します。

まず、私の簡単な経歴を述べます。私は、地域おこし協力隊となる前、京都府立大学大学院農業経営学研究室において「住民が主体となり地域活性化を行う上で何が重要か」について研究しておりました。

このような研究時代を通して農学博士を取得後、私は、大学で研究をしながら各地を見ていくのではなく、自ら一つの地域に入り、地域活性化を実践していくことが、最もやりがいのある仕事であると感じました。ちょうどその時、京丹後市久美浜町に地域おこし協力隊の募集があり、そこで活動することを決意しました。

地域おこし協力隊としての2年半の経験から、私が地域活性化において感じたことについて述べていきます。

地域おこし協力隊について

総務省の取り組みの1つである「地域おこし協力隊」は、人口減少や高齢化等の進捗が著しい地方において、地域外の人材を

積極的に誘致し、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに応えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的とした制度です。具体的には、都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移動し、地方自治体が「地域おこし協力隊員」として委嘱して、一定期間以上、農林漁業の応援、住民の生活支援などの各種の地域協力活動に従事してもらいながら、その地域への定住・定着を図る意欲的・積極的な取り組みを行っていく制度です。この制度は、行政ではできなかった柔軟な地域活性化策を行うことが可能となっていると感じます。

隊員数は年々増え、平成27年では、全国に2625名の隊員がいます。また、隊員の年齢も20歳代～30歳代が8割を占め、これから長い間地域で活動が可能な年齢の人が多くなっており、実際に任期終了後に定住している隊員も6割という統計も出ています。そのうち2割が起業している状況となっています¹⁾。

その中で私は、農業の活性化を目的として、農業体験ツアーを企画したり、京丹後市産農産物の販路を拡大する取組を行ってきました。取組内容について、詳しくは、後述します。

京都府京丹後市について

活動内容の記述に入る前に私の受け入れ地域である、京都府京丹後市について簡単に説明しておきたいと思います。

京丹後市は京都府の最北端、京都市から車で約 2 時間に位置しています。面積は、501.84km²で、久美浜町・網野町・峰山町・大宮町・弥栄町・丹後町の 6 町で構成されています。

山・川・海に囲まれ、自然豊かな地域で、この自然をうまく活用していく先人の努力により、この地域が発展を続けてきました。

本市は、100 歳以上の方が多く住んでいるまちとしても有名で、長寿の秘訣は「食」という考えのもと、百寿者の食生活に迫り、よく食べられていた料理をレシピ集としてまとめられたものも作成されています。

「食」に関することとして、農業面での特徴としては、丹後産のコシヒカリが現在まで 11 回の「特 A」評価（米の食味ランキングで最高評価）を獲得しており、西日本最多記録となっている美味しいお米が生産できる地域です。

また、海が近いため、ミネラルを豊富に含む海風を受け、さらに冬には雪も降り、寒暖差の大きい地域ということもあり、他の農産物も甘味の高いものが生産できる地域となっております。

このように美味しい農産物が生産できる地域での農業に従事する人材を増やすために、国営開発農地で大規模生産に挑戦する若手営農者の育成を行う丹後農業実践学舎という育成機関もあります。

活動内容について

京丹後市では、これまで農業は主要な産

業の一つとして位置づけられており、これからの主要産業の一つとして位置づけられ続けると考えられます。

京丹後市内にも色々な農家の方がおり、その中でも、農薬や化学肥料をできるだけ少なくして生産する農業を目指す方々が増えていると考えられます。これは、安全・安心を意識する消費者が増えているためと考えられます。

しかし、このような生産をされる方にとって出荷する場所が市場だけであると、せっかくのこだわりの生産物が他の慣行栽培の生産物と一緒にされ、差別化が図れません。また、こだわって生産された農産物は、こだわっている分生産量が少なくなり、市場出荷のみでは、生産コストが合わない場合があります。そのため、市場以外に自ら販路を開拓していく必要（BtoB 取引）ができてきます。

生産面だけでも大変な農業において、BtoB の取引を進めるということは、取引先に対して営業活動も並行してしなくてはいけないこととなります。時間的にも労力的にも非常に厳しいことがわかるかと思えます。

そのため、一人一人の負担を減らすことを考え、組合やグループとして活動している方々も増えています。

このようなグループの取組により、多様な販路開拓を可能とするために、若手で勢いのある農家を中心として多品目を相当量出荷できる体制をつくる活動をするようになりました。この運営を私が担当し、活動を始めました。

今回の取組では、当初 8 名の農家で活動を開始しました。この 8 名は、各々こだわった生産をされている農家の方々に構成されています。（現在は参加農家も増え、約 30 名の農家で活動しております。）

活動当初は、私も BtoB 取引の営業活動などしたことがなく、どのような資料を作成し、どのように営業をしていけば良いかなど全くわからない状態でした。

そこで色々と行政の農政課の方々に営業を行っていく上でのセミナーの開催について情報をいただいたり、地方銀行の方々に商談会の情報をいただいたりしながら、取引先がどのような商材・情報を求めているかを把握し、必要な資料を作りながら活動を進めました。

このような作業をしていく中で、農家によって考え方が多様にあることがわかり、それをまとめることに苦労しました。

取引先の求めている商材・量などから、どの農家が適しているかを判断し、時には、何人かの農家で共同出荷する形を作ったりしながら、取引を進めてきました。

このように試行錯誤しながら、現在まで活動をしてきた中で最も感じることは、提案力のある農家はごく一部であるということです。

特に市場出荷をしていた農家は、今まで生産に全力を注いできたため、どのように自分をアピールしていけばよいか分からない方が非常に多いことがわかりました。これらのことから、農家の方々にも経営力を高めてもらうことが必要と感じ、昨年度

より各分野の専門家を招き、経営力を高めるセミナーを月一回開催してきました。

ここで注目したいことは、セミナーに参加したいという方々は、今後のことを本気で考えている意欲的な方々であるということです。

講師の方々も、農業経営大学の講師、現役バイヤー、専門機関のマーケッターなど、ネットワークを活かしてお呼びしています。

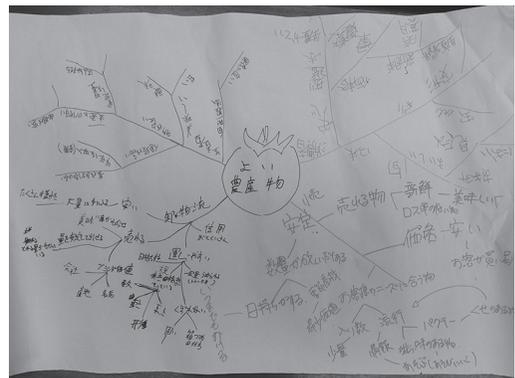
昨年度は、経営の基礎的な話について、ワークショップ形式を取り入れ、実際に自分で考える時間を作りながら講義を進めました。

今年度は、さらに実践につながる内容にするために、商談会での話し方などの提案力を高めることを目的とし、自分たちの農産物の PR の仕方を各人が講師と仲間の前で話し、改善しながら、セミナーを進行する予定にしています。その後、学んだことを実践する場として、年度末いくつかの商談会に分かれて参加する予定にしています。このようにインプットするだけでなく、アウトプットする機会を作りながら、経営力を高めていっています。

昨年度も商談会に何人かの農家とともに参加した中で、今まで商談会に参加したこ



セミナー風景



ワークショップでの成果物
 (「良い農産物とは」を議題に討論した際のもの)

とがなかった農家は、全国の農家の商材を見て、自分の生産している農産物がどのようなものであれば良いかなどを考える機会となり、刺激を受けていた農家も多くいました。



農家の方々と共に商談会に参加した時の様子

こうした学習の場をつくりながら、グループで活動し、より市場有利性のある経営を各人が意識的に取り組みながら目指して活動しています。

また、生産者の顔の見える取組として、生産者情報を私がまとめ、顔写真や畑の写真を取引先に提示し、取引先の売り上げ向上を図っています。さらに京丹後市のファンになっていただく取組として、農業体験ツアーなども実施しています。

農業体験ツアーについては、現在「京都府立医科大学・京都府立大学生協2）」「NPO 日本都市農村交流ネットワーク協会3）」とのツアーを毎年行っており、継続して参加していただいている消費者の方もいらっしゃいます。

京都府立医科大学・京都府立大学生協とのツアーについては、以前より京丹後市のお米が大学生協レストランで使用されており、学生達に食べているお米の生産者や生産地域の情報を伝えるために行っており、毎年学生の皆さんが楽しめる企画を提案し

ていきたいと考えています。

次に NPO 都市農村交流ネットワーク協会とのツアーについては、様々な業種の方が参加するツアーとなっており、田舎での取組に関心の高い会員向けのツアーとなっています。このツアーでは、より専門的な知識をお伝えしながら、なぜ京丹後市の農産物が美味しいかなどの情報をお話ししながら、ツアーを行っております。また、ツアー参加者向けに京丹後市の農産物が定期的に購入できる仕組みも作っていきたくと考えております。

このように、各種団体とのツアー企画などを含め、グループでの活動を通して、安全で美味しい農産物を、より多くの消費者に届けていきたいと考えています。

様々なネットワークの構築

以上のように、大学院の研究や地域での活動を通して非常に大切であると感じていることの一つに「ネットワークを広げること」があります。

「地域外のつながり」では、非常に多くの団体・会社とのつながりが生まれました。例えば、物流面で、運送会社との契約をし、物流コストを下げることを実現しました。

「地域内のつながり」については、都市部では考えられないような田舎ならではのつながりが複雑に絡みあっていることがわかり、それをどのように今後の活動にとり入れていくかが非常に楽しみです。

例えば「食」に関して地域内で関心の高い方々と協力して、京丹後市の野菜・フルーツを使った新商品の開発などを現在企画しております。

今までの活動の中で非常に多くの業種の方々とお会いする機会があり、このような

あらゆるつながりによって新たな取組が始まる可能性が未知数あることを感じています。

まとめと今後の展望

地域活性化で重要なことは、地域住民の方々の意欲をいかにひきだすかにつきると感じています。

新しいことを始めるときに、それが大きな事業になる可能性があればあるほど、そのためのリスクも発生します。私が行ってきた取組も、農家にとっては、今までの販路以外に出荷することとなり、それが良い選択なのかを各人が判断しながらの販路拡大となっており、リスクが伴ってきます。私もそれがわかっている以上責任をもって活動する上で、個人的にもリスクを背負って活動を続けていくつもりでいます。そのリスクをどれだけ減らしながら活動に参加する方々を増やしていけるかが成功へとつながると感じています。

このように、新しい事業をはじめる起爆剤として外部人材を入れ、そのための架け橋としての役割を果たすことも地域おこし協力隊の一つのあり方であると考えています。メリットだけでなく、リスクを共有し、活動する人が集まったとき非常に大きな力が発揮されることを実感しています。

「いかにして住民が主体となり、持続的な活動をしていくことが可能か」という考えに対する回答を探しながら今後も活動を続けていくために、この二年半の活動を終え、私自身で、今年から株式会社として継続していくことを決意しました。補助金による給料なしでの活動がはじまり、そういう意味では私の活動は今始まったところです。

最後になりますが、グループでの活動は「田園紳士」というブランド名で販売しています。明治時代に京丹後市の若手が集まり、まちづくりをしていたという「田舎紳士論」という文献が残っており、その名称を少しアレンジし、平成の京丹後市の若手のまちづくりを担っていくという思いが込められています。

皆様、どこかで耳にしたり、目にした際には影ながらの応援よろしくお願い致します。



共に活動している農家の皆さん

- 1) 『地域おこし協力隊の定住等に関する調査報告書』 http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei08_02000097.html
- 2) 大学生協のこうした取組については、『季刊くらしと協同』（2014冬号 NO.11p39～45）に掲載されています。
- 3) NPO 日本都市農村交流ネットワーク協会ホームページアドレス <http://gtnet.sakura.ne.jp/NC2/htdocs/>